

ASPIKOM UNTUK NEGERI: KONTRIBUSI KEILMUAN KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI SOSIAL & DIGITAL DI INDONESIA



EDITOR: DIDIK HARYADI SANTOSO

Buku ini hadir di tengah pesatnya perkembangan ilmu komunikasi yang tidak hanya menjadi fondasi penting dalam dinamika sosial, politik, dan ekonomi, tetapi juga menjadi garda terdepan dalam menghadapi disrupsi teknologi dan perubahan global. Perkembangan ilmu komunikasi di era kontemporer saat ini telah berkembang jauh melampaui batas-batas tradisional. Dari yang awalnya berfokus pada media massa konvensional, kini telah memasuki era di mana digitalisasi, kecerdasan buatan (AI), big data, dan platform media sosial mengubah cara manusia dalam berinteraksi, berbagi informasi, bahkan membentuk sebuah realitas.

Keberadaan buku “ASPIKOM untuk Negeri” ini adalah bukti komitmen kolektif dari semua *stakeholders* AspiKOM untuk menjawab semua tantangan tersebut. Ia tidak hanya menjadi referensi akademis, tetapi juga panduan praktis bagi para pendidik, mahasiswa, dan profesional komunikasi dalam membangun masa depan Indonesia yang lebih terhubung, cerdas, dan beretika. Kami mengajak semua pihak—akademisi, pemerintah, industri, dan masyarakat—untuk bersama-sama mendorong ilmu komunikasi sebagai kekuatan strategis bangsa. Dengan sinergi ini, kita yakin dapat menjadikan komunikasi sebagai alat pemersatu, pembangun peradaban, dan penggerak kemajuan Indonesia.



Penerbit
GALUH PATRIA
Jl. Kaliayu, Lof No. 1B
Rt. 02/11, Kalitirto, Berbah
Slaman, D.I. Yogyakarta
HP: 0822-6555-0893
www.galuhpatria.id
penerbitgaluhpatria@gmail.com



ASPIKOM UNTUK NEGERI KONTRIBUSI KEILMUAN KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI SOSIAL & DIGITAL DI INDONESIA





ASPIKOM UNTUK NEGERI

KONTRIBUSI KEILMUAN KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI SOSIAL & DIGITAL DI INDONESIA

Dewi Kurniawati, Gusmia Arianti, Nur Kholisoh, Feni Fasta, Wisnu Widjanarko, Fitria Ayuningtyas, Yuliati, Alem Febri Sonni, Irwan Dwi Arianto, Zikri Fachrul Nurhadi, Elva Ronaning Roem, S. Bektu Istiyanto, Winda Vanisya, Desy Misnawati, Itryah, Nuszep Almigo, Edy Prihantoro, Noviawan Rasyid Ohorella, Muhammad Khairil, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Rama Kertamukti, Yermia Djefri Manafe.

Editor: Didik Haryadi Santoso

ASPIKOM UNTUK NEGERI
KONTRIBUSI KEILMUAN KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI
SOSIAL & DIGITAL DI INDONESIA
©Dewi Kurniawati, dkk., 2025

Penulis: Dewi Kurniawati, Gusmia Arianti, Nur Kholisoh, Feni Fasta, Wisnu Widjanarko, Fitria Ayuningtyas, Yuliati, Alem Febri Sonni, Irwan Dwi Arianto, Zikri Fachrul Nurhadi, Elva Ronaning Roem, S. Bekti Istiyanto, Winda Vanisya, Desy Misnawati, Itryah, Nuszep Almigo, Edy Prihantoro, Noviawan Rasyid Ohorella, Muhammad Khairil, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Rama Kertamukti, Yermia Djefri Manafe.

Editor: Didik Haryadi Santoso

Desainer sampul: Bayu Aribowo

Penata letak: Amin Fadlillah

viii+296 hlm.; 15,5 x 23 cm.

ISBN:

Cetakan pertama, Juni 2025

Diterbitkan oleh:

Penerbit Galuh Patria

Kaliajir Lor, Gg. Sadewo No. 18, Rt. 02/11

Kalitirto, Berbah, Sleman.

Web: www.galuhpatria.id

Email: penerbitgaluhpatria@gmail.com

Tlp/WA: 082265550883

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dr. S. Bekti Istiyanto

Ketua Umum PP ASPIKOM Periode 2022-2025

Pertama-tama, izinkan saya menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya atas terbitnya buku “ASPIKOM untuk Negeri” ini. Buku ini hadir di tengah pesatnya perkembangan ilmu komunikasi yang tidak hanya menjadi fondasi penting dalam dinamika sosial, politik, dan ekonomi, tetapi juga menjadi garda terdepan dalam menghadapi disrupsi teknologi dan perubahan global. Perkembangan ilmu komunikasi di era kontemporer saat ini telah berkembang jauh melampaui batas-batas tradisional. Dari yang awalnya berfokus pada media massa konvensional, kini telah memasuki era di mana digitalisasi, kecerdasan buatan (AI), *big data*, dan platform media sosial mengubah cara manusia dalam

berinteraksi, berbagi informasi, bahkan membentuk sebuah realitas.

Media digital tidak lagi sekadar alat penyampai pesan, tetapi telah menjadi ekosistem kompleks yang memengaruhi demokrasi, budaya, dan ekonomi. Isu komunikasi strategis kini bersinggungan dengan isu *cybersecurity*, disinformasi, dan *brand activism*. Keterampilan baru seperti data storytelling, digital PR, dan *content algorithm* menjadi krusial bagi lulusan komunikasi. Adanya disrupsi teknologi yang memungkinkan adanya otomasi dan AI, juga terbukti sangat mengancam beberapa dunia kerja dan profesi komunikasi konvensional. Terbukti kita dikagetkan dengan banyak media massa konvensional yang diharuskan melakukan pemutusan hubungan tenaga kerjanya. Persoalan lain yang tidak kalah pelik yaitu terkait dengan persoalan etika di era digital, yang ditandai dengan maraknya adanya *deepfake*, *data privacy*, dan manipulasi algoritma memerlukan regulasi dan kesadaran baru.

Buat para lulusan kita juga ditantang dengan persoalan kompetisi global yang menerpa semua lulusan, terutama dari program studi diploma dan sarjana di Indonesia. Sekarang ini alumni dari kampus-kampus di Indonesia tidak hanya bersaing secara lokal, tetapi juga dengan talenta global dari negara manapun. Secara kelembagaan banyak program studi yang masih berkuat dengan luaran pembelajaran rumpun bidang ilmu yang khas dan unik, yang membedakan dengan program studi sejenis. Kewajiban pemberlakuan *Outcome Base Education* (OBE) sebagai metode pembelajaran kekinian masih banyak yang belum dipahami secara utuh oleh banyak pengelola program studi. Hal ini kemudian ditambah dengan pemberlakuan proses penjaminan mutu dan sistem akreditasi terbaru, dimana program studi rumpun Ilmu Komunikasi yang menjadi anggota Aspiikom bergabung dalam LAMSPAK, sebagai pengganti akreditasi prodi dari BAN PT. Dalam konteks inilah, Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) memainkan peran sentral. Minimal ada beberapa

posisi strategis Aspikom yang dapat sebagai rujukan antara lain:

1. Penjaga Standar Keilmuan yang memastikan Capaian Pembelajaran Lulusan dalam kurikulum prodi komunikasi masih relevan dengan kebutuhan zaman.
2. Meniembatani dunia akademisi dengan praktisi, seperti memfasilitasi kolaborasi antara kampus, pemerintah terkait dan dunia industri yang dibutuhkan.
3. Menjadi advokasi kebijakan yang bisa berperan aktif dalam merespons tantangan regulasi dan etika komunikasi digital, terutama dalam kurikulum dan narasumber pembelajaran bidang ilmu komunikasi.
4. Memperkuat jejaring dengan menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi, bagi kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di bidang komunikasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Keberadaan buku “ASPIKOM untuk Negeri” ini adalah bukti komitmen kolektif dari semua stakeholders Aspikom untuk menjawab semua tantangan tersebut. Ia tidak hanya menjadi referensi akademis, tetapi juga panduan praktis bagi para pendidik, mahasiswa, dan profesional komunikasi dalam membangun masa depan Indonesia yang lebih terhubung, cerdas, dan beretika. Sebagai penutup, saya mengajak semua pihak—akademisi, pemerintah, industri, dan masyarakat—untuk bersama-sama mendorong ilmu komunikasi sebagai kekuatan strategis bangsa. Dengan sinergi ini, saya yakin kita dapat menjadikan komunikasi sebagai alat pemersatu, pembangun peradaban, dan penggerak kemajuan Indonesia. Selamat atas terbitnya buku ini. Semoga menjadi inspirasi dan pemicu lahirnya karya-karya lain yang lebih bumi, visioner dan sangat dibutuhkan oleh dunia komunikasi kontemporer.

Selamat membaca!

Jakarta, 5 Juni 2025

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
PELUANG DAN TANTANGAN ILMU KOMUNIKASI DI ERA INDUSTRI DAN DIGITAL <i>Dewi Kurniawati</i>	1
KONTRIBUSI ILMU KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI PENDIDIKAN TINGGI INKLUSIF DI INDONESIA <i>Gusmia Arianti</i>	18
REFLEKSI KRITIS ATAS PRAKTIK INDUSTRI KOMUNIKASI DI INDONESIA: ANTARA TRANSFORMASI DIGITAL DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL <i>Nur Kholisoh, Feni Fasta</i>	33

MEMBACA ULANG MERDEKA BELAJAR, MENGOKOHKAN KAMPUS YANG MERDEKA: REFLEKSI MBKM DALAM MEMPERKUAT CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN ILMU KOMUNIKASI <i>Wisnu Widjanarko, Fitria Ayuningtyas, Yuliati ..</i>	53
TRANSFORMASI DIGITAL JURNALISME: DAMPAK KECERDASAN BUATAN TERHADAP PRAKTIK JURNALISTIK DI INDONESIA <i>Alem Febri Sonni.....</i>	76
DARI DATA KE KUASA: MEMBACA BIG DATA SEBAGAI INFRASTRUKTUR SOSIAL KOMUNIKASI <i>Irwan Dwi Arianto</i>	101
DINAMIKA KOMUNIKASI KESANTUNAN DI ERA DIGITAL <i>Zikri Fachrul Nurhadi.....</i>	126
INDUSTRI KOMUNIKASI ERA DIGITAL: CERDAS MENGELOLA NARASI ATAU TERJEBAK KLIKBAIT <i>Elva Ronaning Roem, S. Bekti Istiyanto, Winda Vanisya.....</i>	45
INTERNASIONALISASI ILMU KOMUNIKASI “DWI SUTRA”; STUDI KOLABORASI UNIVERSITAS PENDIDIKAN SULTAN IDRIS MALAYSIA, UNIVERSITAS BINA DARMA DAN UNIVERSITAS MERCUBUANA YOGYAKARTA <i>Desy Misnawati, Itryah, Nuszep Almigo</i>	179
INOVASI MITIGASI KOMUNIKASI BENCANA ALAM DI INDONESIA BERBASIS MEDIA SOSIAL DAN MASYARAKAT <i>Edy Prihantoro, Noviawan Rasyid Ohorella</i>	211
SEBARAN KETAKUTAN DAN PESAN DAMAI: PERAN KOMUNIKASI DALAM KASUS TERORISME <i>Muhammad Khairil</i>	239

LITERASI MEDIA DIGITAL KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MASYARAKAT INDONESIA SEHAT <i>Kinkin Yuliaty Subarsa Putri</i>	261
PENTINGNYA KEPERCAYAAN SEBAGAI FONDASI KELEMBAGAAN ASPIKOM <i>Rama Kertamukti</i>	272
ASPIKOM ADALAH RUMAH BERSAMA SEBUAH KENISCAYAAN <i>Yermia Djefri Manafe</i>	288

@galuhpatria

PELUANG DAN TANTANGAN ILMU KOMUNIKASI DI ERA INDUSTRI DAN DIGITAL

Dewi Kurniawati

Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia
dewi.kurniawati@usu.ac.id

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, transformasi media dan dinamika komunikasi telah menjadi sorotan utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi (Rani, 2023). Media tradisional seperti cetak, radio, dan televisi telah mendominasi arus informasi selama bertahun-tahun, namun perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma ini secara fundamental (Dalimunte dkk., 2018). Internet, platform media sosial, dan perangkat mobile telah membawa perubahan mendalam dalam cara individu, kelompok, dan masyarakat secara keseluruhan berinteraksi dan

berkomunikasi. Transformasi ini tidak hanya menghadirkan peluang baru, tetapi juga menghadirkan tantangan yang perlu diatasi oleh para ilmuwan komunikasi (Widyaningrum, 2021).

Transformasi komunikasi massa di era digital mencerminkan perubahan mendasar dalam cara berkomunikasi, mengakses informasi, dan berinteraksi dengan dunia sekitar (Satriya, 2019). Era dimana peluang dan tantangan berjalan seiring, dibutuhkan kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi informasi dan komunikasi juga kemampuan berliterasi, berpikir kritis terhadap semua produk komunikasi massa era digital. Pemahaman tentang transformasi, dinamika dan kecerdasan komunikasi massa era digital menjadi penting bagi siapa pun yang terlibat dalam proses produksi, distribusi atau konsumsi konten media (Eskol & Sirait, 2022).

Transformasi komunikasi massa telah mengalami percepatan mendasar, telah mengubah lanskap komunikasi massa. Komunikasi massa dalam era digital telah mengalami transformasi besar-besaran sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi komunikasi termasuk perubahan dalam perilaku public (Faisal Bakti & Meidasari, 2014). Era digital membawa perubahan signifikan dalam cara berinteraksi, mengakses, dan menyebarkan informasi.

Hal penting dalam proses transformasi komunikasi massa era digital dapat digambarkan dalam perubahan media tradisional ke media digital. Globalisasi dan keterhubungan dunia, dimana internet telah menghapus batasan geografis dalam komunikasi. Pesan-pesan dapat dengan mudah menyebarang negara dan budaya, menghasilkan pertukaran informasi global yang cepat. Media konvensional atau tradisional semisal televisi, radio, dan surat kabar walau masih relevan, namun lahirnya media digital internet, platform media sosial, podcast, dan aplikasi seluler telah menjadi lebih dominan dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada public (Alamsyah dkk., 2024). Kemajuan teknologi dan aksesibilitas telah merubah cara mengakses dan mengonsumsi informasi.

Hampir semua public kini memiliki akses ke internet dan perangkat digital seperti smartpone, tablet, atau komputer, sehingga memungkinkan mereka untuk terhubung dengan berbagai jenis konten kapan saja dan di mana saja (Nurdin, 2017).

Selain itu, diversifikasi konten dan partisipasi pengguna era digital telah membuka peluang bagi individu, kelompok, komunitas atau public secara umum untuk menciptakan, berbagi, dan mengonsumsi berbagai jenis konten. Tidak hanya media besar yang memiliki kontrol penuh atas apa yang disebar, tetapi individu juga dapat berperan sebagai pembuat konten dan mempengaruhi opini publik melalui platform-platform media berbasis internet. Komunikasi massa era digital lebih interaktif daripada sebelumnya. Pengguna dapat memberikan tanggapan langsung terhadap konten melalui komentar, like, atau share (Putra dkk., 2022). Hal ini menciptakan ruang bagi diskusi publik dan interaksi antara pembuat konten dan audiens.

Namun, tantangan etika dan keandalan menjadi hal utama era digital. Dalam era di mana informasi dapat dengan cepat menyebar, masalah terkait kebenaran dan keandalan informasi menjadi semakin kompleks. Penyebaran berita palsu atau informasi yang tidak diverifikasi dengan benar dapat memiliki dampak negatif yang luas. Termasuk, pengaruh pada industri media termasuk iklan, perubahan dalam pola konsumsi media telah mengubah model bisnis media dan iklan. Banyak perusahaan mengalihkan fokusnya dari media cetak atau siaran ke platform digital. Iklan online juga menjadi lebih canggih dan dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna. Era digital telah mengubah cara berkomunikasi dan berinteraksi dengan dunia sekitar

Selama dekade terakhir, AI telah berkembang dengan cepat. Komunikasi, perbankan, manufaktur, layanan, dan pemerintahan telah mengadopsi AI. Baru-baru ini, teknologi AI telah digunakan di hampir semua bidang, termasuk pendidikan. Teknologi ini memiliki dampak yang baik, tetapi juga memiliki

dampak yang merugikan. Pendidikan bersifat dinamis dan beradaptasi dengan teknologi. Teknologi mengubah cara kita belajar, mengajar, dan mengakses informasi. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi adalah penggunaan AI dalam dunia pendidikan. AI meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan aksesibilitas pengajaran dan pembelajaran.

Dalam konteks ini, penelitian ini akan menguraikan dampak peluang dan tantangan ilmu komunikasi di era industri dan digital. Penulis akan menganalisis tantangan-tantangan yang muncul akibat perubahan ini, seperti penyebaran informasi yang cepat dan kadang-kadang tidak diverifikasi, polarisasi opini publik, privasi data yang semakin kompleks serta penggunaan dari *Artificial Intelligence* (AI) (Aceto dkk., 2019). Di sisi lain, tulisan ini juga akan menggambarkan peluang-peluang yang muncul, seperti partisipasi aktif masyarakat dalam pembentukan konten, akses lebih luas terhadap informasi, dan platform baru untuk menyampaikan pesan-pesan penting.

Dengan memahami perubahan ini, para ilmuwan komunikasi dapat berperan dalam membentuk strategi komunikasi yang lebih efektif dan etis dalam menghadapi tantangan yang ada. Tulisan ini akan membahas kerangka kerja konseptual yang dapat membantu menjelaskan bagaimana komunikasi digital mempengaruhi persepsi, interaksi sosial, dan dinamika kekuasaan dalam masyarakat.

Dengan demikian, tulisan ini akan mengupas secara mendalam peluang dan tantangan ilmu komunikasi di era industri dan digital, menganalisis tantangan-tantangan kritis, serta mengidentifikasi peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan oleh para praktisi dan akademisi ilmu komunikasi. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang dinamika transformasi ini, kita dapat mengembangkan pendekatan yang lebih terinformasi dan berdampak dalam memanfaatkan potensi komunikasi dalam era industri dan digital

Metode

Tulisan ini merupakan studi kepustakaan (*library research*), yaitu serangkaian kegiatan yang melibatkan metodologi pengumpulan data kepustakaan (Nurdin, 2017). Tulisan ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis karena digunakan untuk menyelidiki kejadian-kejadian yang sedang berlangsung dan relevansinya dengan kondisi-kondisi saat ini. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menganalisis peluang dan masalah Ilmu Komunikasi di era industri dan digital, maka studi literatur dianggap tepat (Aminudin & Suradika, 2022). Lebih lanjut, tujuan dari penelitian studi literatur ini adalah untuk meningkatkan pemahaman penulis mengenai perkembangan ilmu komunikasi di era industri dan digital, serta untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan, khususnya dalam konteks industri dan teknologi komunikasi Indonesia.

Transformasi Ilmu Komunikasi di Era Industri dan Digital; Peluang dan Tantangan

Teknologi dan media sosial telah merevolusi cara masyarakat berkomunikasi, berinteraksi, dan membentuk identitas mereka di era digital. Salah satu dampak utamanya adalah mengubah interaksi sosial remaja. Mereka dapat bertukar pengalaman dan menjalin pertemanan di media sosial. Efek ini juga dapat mengurangi kontak sosial di dunia nyata. Remaja lebih suka mengirim pesan dan media sosial daripada berbicara secara langsung. Hal ini dapat merusak keterampilan komunikasi digital mereka.

Penggunaan media sosial juga mempengaruhi harga diri remaja. Mereka sering merasa tertekan untuk menunjukkan diri mereka yang terbaik di media sosial untuk membangun citra diri yang positif. Oleh karena itu, citra diri di media sosial bisa sangat selektif dan ideal. Remaja sering membandingkan diri mereka dengan teman sebaya dan selebriti di media sosial, yang dapat membuat mereka berada di bawah tekanan sosial. Menurut (Dempster, 2020) media sosial juga berdampak

pada perkembangan interpersonal. Karena sebagian besar remaja berinteraksi secara online, kemampuan interpersonal mereka secara langsung mungkin tidak berkembang seperti yang diperkirakan. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk membaca emosi wajah, bahasa tubuh, dan membentuk hubungan di dunia nyata. Memahami risiko dan manfaat media sosial sangat penting dalam situasi ini. Para ahli, pendidik, dan orang tua harus berkolaborasi untuk mengajarkan etika media sosial kepada remaja. Pendidikan dan pembinaan remaja harus menekankan pada kesadaran diri, pemberdayaan, manajemen waktu, dan komunikasi interpersonal.

Media sosial tidak selalu merugikan remaja. Media sosial juga dapat membantu membangun pengetahuan, hubungan yang menyenangkan, dan jaringan yang mendukung. Untuk mendorong tumbuh kembang remaja di era digital, diperlukan pendekatan yang seimbang antara bahaya dan manfaat media sosial. Di era digital yang serba cepat seperti sekarang ini, media massa menjadi semakin penting dalam membentuk sikap masyarakat terhadap suatu peristiwa, kepedulian sosial, dan perkembangan dunia.

Media massa sangat mempengaruhi persepsi. Informasi media massa seperti berita, artikel, dan laporan investigasi dapat memengaruhi pandangan masyarakat tentang dunia. Karena masyarakat bergantung pada media massa untuk mendapatkan informasi, maka etika dan akurasi dalam pemberitaan sangat penting untuk menyajikan informasi yang benar dan berimbang. Akurasi dan etika media massa mempengaruhi opini publik dan banyak lagi. Media massa mempengaruhi wacana publik tentang isu-isu penting, yang dapat mempengaruhi kebijakan publik, pemilihan umum, dan transformasi masyarakat. Media massa memiliki tanggung jawab besar untuk melaporkan informasi secara akurat, adil, dan objektif.

Menurut (Ruler, 2020) memperlihatkan betapa pengaruh media massa terhadap isu-isu sosial kemasyarakatan,

terutama di era digital dengan distribusi informasi yang cepat. Akurasi, keseimbangan, dan etika dalam pemberitaan sangat penting untuk memberikan informasi yang akurat dan adil. Media massa dapat mempengaruhi opini publik yang terdidik dan cerdas melalui jurnalisme yang beretika dan bertanggung jawab.

Transformasi media digital menghadirkan kesulitan dan peluang bagi ilmu komunikasi. Maraknya berita palsu dan konten jahat di media sosial sangat berbahaya. Teknologi dan internet menyebarkan informasi yang tidak terkendali. Hal ini mendistorsi pemahaman publik dan memecah-belah audiens di berbagai media. Pemahaman audiens sangat penting untuk komunikasi yang tepat. Teknologi mengubah cara kita berkomunikasi, sehingga membutuhkan adaptasi yang cepat. Jawabannya adalah dengan melibatkan media sosial, pemerintah, pendidikan, dan komunitas. Meningkatkan deteksi dan penghapusan konten negatif. Pemerintah dapat mengontrol internet, pendidikan dapat meningkatkan literasi media, dan masyarakat dapat memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Dalam lingkungan yang terus berubah ini, kerja sama dan pengetahuan dapat menjaga integritas informasi.

Komunikasi dan koneksi manusia telah berubah secara dramatis berkat media social (Krafft dkk., 2022). Media sosial telah memungkinkan orang untuk berpartisipasi dalam debat publik, berbagi pendapat, dan mengatasi masalah sosial yang besar dengan menawarkan lebih banyak saluran. Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn memungkinkan orang untuk berbagi ide dan informasi tanpa batasan waktu atau jarak. Banyak orang menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi dan percakapan. Saluran-saluran ini secara instan mengirimkan berita dan peristiwa terkini, membuat orang tetap mendapatkan informasi terbaru tentang masalah global, politik, ekonomi, budaya, dan banyak lagi. Karena banyaknya konten di media sosial, menyaring dan memvalidasi informasi menjadi sulit.

Teknologi juga memungkinkan komunikasi yang lebih kreatif dan personal. Saat ini, bisnis, organisasi nirlaba, dan individu dapat mengembangkan konten yang inovatif untuk menarik pelanggan. Video langsung, cerita pendek, dan elemen interaktif membantu komunikator membangun keaslian yang lebih besar dengan audiens mereka. Analisis data yang mendalam juga sama pentingnya bagi media sosial. Setiap klik, suka, dan komentar dapat dilacak untuk menemukan preferensi audiens. Hal ini membantu pemasar dan komunikator untuk memfokuskan taktik, mengoptimalkan konten, dan melibatkan audiens. Terlepas dari manfaat-manfaat ini, masih ada masalah. Informasi yang salah dan hoaks menyebar dengan cepat di media sosial, sehingga menyulitkan pemahaman publik tentang fakta dan realitas. Penggunaan data pribadi yang tidak sah juga menimbulkan masalah privasi. Pertanyaan-pertanyaan tentang bagaimana media sosial mempengaruhi pola pikir, interaksi sosial, dan kesehatan mental juga semakin berkembang.

Media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. Media sosial mengubah dinamika sosial dan budaya digital melalui partisipasi aktif masyarakat, akses mudah ke berbagai sumber informasi, taktik komunikasi baru, dan analisis data yang canggih. Kita harus memahami kelebihan dan kekurangan media sosial untuk menavigasi dunia yang semakin terhubung ini dengan bijak.

Transformasi Komunikasi Massa di Era Industri dan Digital; Peluang dan Tantangan

Digitalisasi telah mengubah komunikasi massa (Aceto dkk., 2019). Hal ini telah mengubah cara orang menerima, mengakses, dan mengonsumsi pesan. Komunikasi massa telah berubah di era digital, yang mencerminkan cara kita berkomunikasi, memperoleh informasi, dan terlibat dengan dunia. Era yang digerakkan oleh teknologi informasi dan komunikasi memiliki potensi dan masalah yang membutuhkan adaptasi

yang bijak. Literasi dan berpikir kritis tentang semua produk media massa digital. Produksi, distribusi, dan konsumsi materi media membutuhkan pengetahuan tentang evolusi, dinamika, dan kecerdasan komunikasi massa era digital.

Era digital menawarkan keterlibatan dan penyampaian informasi yang belum pernah terjadi sebelumnya melalui komunikasi massa. Komunikasi massa digital adalah komunikasi manusia yang sangat besar. Ini mengubah komunikasi secara drastis. Mengubah produksi, distribusi, konsumsi, dan pengembalian media dan informasi. Transformasi menawarkan aksesibilitas di seluruh dunia, interaktivitas, dan penargetan publik yang akurat. Media sosial, platform konten digital, dan teknologi pembuatan konten membantu orang dan organisasi menjangkau publik global secara lebih langsung. Industri media baru seperti langganan digital dan periklanan berbasis data telah muncul dari pergolakan ini.

Era digital telah mengubah komunikasi massa dengan mengikutsertakan masyarakat. Media massa berbasis internet, khususnya media sosial, dapat mendorong penciptaan dan berbagi konten. Hal ini mengubah komunikasi satu arah menjadi dua atau banyak arah. Platform dan jaringan media sosial memungkinkan orang untuk terlibat, berbagi pendapat, dan mengembangkan jaringan (Handayani dkk., 2022). Hal ini telah membantu menyebarkan informasi, memulai gerakan sosial, dan membentuk opini publik. Model bisnis media tradisional telah berevolusi karena migrasi pelanggan ke saluran digital.

Konten yang kreatif, menarik, dan beragam seperti film, infografis, podcast, dan pengalaman virtual membuat lobi dan aktivisme di internet menjadi lebih mudah, memungkinkan individu dan kelompok untuk mengadvokasi topik-topik penting dan membuat perbedaan (Aminudin & Suradika, 2022). Blogging, konten online, wordpress, dan media memungkinkan individu dan organisasi untuk mengekspresikan pemikiran, perspektif, dan informasi melalui tulisan online, menurut Thompson dalam (Putra dkk., 2022) *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media, Springer*.

Penulis independen dan jurnalis warga kini memiliki peluang.

Komunikasi massa di era digital memiliki tantangan yang sulit yang berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat. Peluang dan tantangan ada; transmisi informasi yang cepat dan tidak terverifikasi dapat menyebabkan informasi yang menyesatkan, informasi yang salah, dan informasi yang tidak benar. Etika atau netiket berkaitan dengan kecerdasan komunikasi massa di era digital yang memunculkan pertimbangan etika baru tentang manipulasi data, algoritma, dan konsekuensi sosial dari materi yang dikirimkan. Masalah hilangnya budaya lokal dalam menghadapi budaya global.

Privasi data dan kemungkinan berkembangnya gelembung informasi. Ketergantungan yang semakin besar pada teknologi digital dapat berdampak negatif pada keterampilan sosial dan kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara tatap muka. Masalah hak cipta dan kekayaan intelektual: distribusi konten digital yang mudah dapat menyebabkan pelanggaran dan penyalahgunaan kekayaan intelektual. Masalah keaslian muncul dari kemudahan publik untuk terpengaruh oleh informasi palsu atau artifisial di dunia di mana teknik manipulasi media digital seperti *deepfake* menjadi lebih kompleks. Masalah privasi dan keamanan: Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, masalah baru terkait privasi dan keamanan muncul. Saat ini ada banyak diskusi penting tentang kemungkinan masalah keamanan data dan penggunaan data pribadi untuk iklan. Risiko kehilangan data pribadi dan privasi adalah aspek lain dari hidup di era digital (Alamsyah dkk., 2024). Komunikator massa harus menyadari masalah privasi dan perlindungan data dalam kaitannya dengan komunikasi. Pengguna sering khawatir bahwa bisnis atau pihak ketiga lainnya dapat mengumpulkan dan menyalahgunakan informasi pribadi mereka. Hal ini dapat berdampak pada tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform digital.

Konten palsu atau penipuan telah berkembang biak dengan cepat karena penyebarannya. Kemudahan dalam membuat dan menyebarkan informasi membuat akurasi menjadi sulit. Penyebaran informasi yang cepat di era digital membuat berita palsu dan informasi yang salah menjadi lebih mudah disebar. Hal ini dapat merusak reputasi publik dan institusi. Polarisasi, ekstremisme, krisis informasi, dan gelembung filter, meskipun era digital memberikan akses yang tidak terbatas pada pengetahuan, berita palsu, dan gelembung filter di mana orang hanya melihat gagasan mereka sendiri.

Komunikasi massa, terutama media sosial, dapat mempolarisasi keyakinan dan menumbuhkan ekstremisme. Algoritma media sosial hanya menunjukkan kepada individu apa yang sudah mereka yakini. Hal ini dapat membangun gelembung filter di mana orang hanya melihat perspektif yang sama dan tidak terbuka terhadap keragaman. Globalisasi budaya dan identitas membuat budaya global dapat diakses secara luas melalui media digital. Namun, dominasi budaya global juga dapat menyebabkan luntarnya identitas budaya lokal. Teknologi digital terus berkembang, termasuk platform dan format komunikasi yang baru. Para pekerja komunikasi harus selalu belajar dan beradaptasi agar tetap relevan. Dunia yang semakin terhubung membutuhkan tata kelola dan etika media dan komunikasi. Kebenaran, privasi, dan etika juga sangat penting. Perkembangan teknologi digital menimbulkan masalah etika dan keamanan. Disinformasi, malinformasi, privasi data, dan manipulasi harus diatasi.

Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Sebuah subbidang ilmu komputer yang dikenal sebagai kecerdasan buatan, atau AI, memungkinkan mesin, seperti komputer, untuk melakukan aktivitas seperti yang dilakukan manusia. Komputer pada awalnya hanya digunakan untuk menghitung. Namun seiring berjalannya waktu, komputer menjadi semakin terlibat dalam banyak aspek kehidupan

sehari-hari. Komputer diproyeksikan akan dikembangkan untuk melakukan berbagai macam pekerjaan yang dapat dilakukan oleh manusia, bukan hanya perhitungan.

Kecerdasan buatan kini menjadi hal yang fundamental dalam kehidupan sehari-hari. Industri, bisnis, perawatan kesehatan, pemerintah, dan lainnya menggunakan AI. Teknologi AI memiliki beberapa manfaat yang dapat meningkatkan kehidupan (Eskol & Sirait, 2022). Salah satu keunggulan utamanya adalah kemampuannya untuk membuat penilaian berbasis data yang cepat dan tepat, mengurangi kesalahan manusia, dan merespons dengan cepat dalam situasi genting. AI dapat meningkatkan efisiensi di beberapa bidang. AI dapat digunakan dalam dunia pendidikan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan siswa. Teknologi ini membantu pembelajaran di sekolah dan perguruan tinggi serta pembelajaran mandiri. AI memungkinkan guru melacak kinerja, gaya belajar, dan gaya hidup siswa. Hal ini memungkinkan penyesuaian program pembelajaran untuk hasil yang optimal. Fleksibilitas AI ini melebihi kekuatan kognitif dan fisik manusia. AI dalam pendidikan membuat pembelajaran menjadi lebih menarik dan mudah dipahami dengan menyesuaikan pengalaman belajar dengan program yang dapat disesuaikan.

Ilmu Komunikasi dapat diajarkan dengan gaya yang aktif, kreatif, inventif, sukses, dan menarik dengan menggunakan metode dan media pembelajaran yang mendorong siswa untuk belajar dan berhasil. Menurut Gallagher dalam penelitian (Satriya, 2019), paradigma baru dalam pendidikan ilmu komunikasi memfokuskan pengalaman belajar siswa dan membantu mereka menerapkan informasi ini dalam kehidupan sehari-hari. Siswa tidak hanya memahami topik dan prinsip ilmu secara verbal, menghafal rumus, atau memahami kata-kata melalui kegiatan verbal. Teknologi AI dapat meningkatkan kualitas dan inovasi pembelajaran Ilmu Komunikasi. AI digunakan di banyak bidang, termasuk pendidikan. Personalisasi pembelajaran, umpan balik otomatis,

dan asisten pengajar virtual dapat dilakukan dengan AI dalam Ilmu Komunikasi. Menurut (Widyaningrum, 2021) mengklaim bahwa AI dalam pembelajaran kimia telah mengantarkan era baru dalam Ilmu Komunikasi.

AI telah mempengaruhi banyak hal dalam kehidupan. Namun, kemajuan ini menghadirkan tantangan dan peluang yang harus dipertimbangkan. (Dalimunte dkk., 2018) mencantumkan tiga peluang utama AI: dukungan penelitian, pengembangan materi pembelajaran, dan asisten virtual. Bantuan penelitian mencakup saran dan panduan untuk memulai penelitian. Informasi diperbarui dan tersedia melalui materi pembelajaran. Asisten virtual seperti bot tanya-jawab dapat membantu dalam perkuliahan jika terjadi miskomunikasi atau informasi yang tidak memadai. Keterampilan teknis, sumber daya yang terbatas, dan perubahan peran merupakan masalah AI lainnya. Masalah-masalah ini harus diselesaikan dengan persiapan agar tidak merugikan generasi muda.

Di era digital, etika, akurasi, dan integritas media sangatlah penting. Media sangat mempengaruhi opini publik tentang berbagai hal. Media massa harus memberikan informasi yang seimbang, akurat, dan objektif kepada khalayak. Teknologi digital dan media sosial telah mengubah komunikasi politik. Kampanye politik harus melawan informasi yang salah dan memberikan pesan politik yang berintegritas sambil memperluas keterlibatan pemilih.

Hal ini mencapai kecerdasan dan literasi komunikasi massa yang komprehensif di era digital melalui strategi pendekatan berbasis data, pemberdayaan literasi media publik, kolaborasi lintas sektor, regulasi yang sesuai, dan penciptaan platform teknologi yang beretika. Kita harus beradaptasi dan mengakui perubahan luar biasa yang disebabkan oleh teknologi komunikasi informasi untuk mengembangkan ekologi komunikasi massa yang beradab, beretika, cerdas, kritis, dan inklusif. Di era digital, literasi komunikasi massa dan media, regulasi yang tepat dan efektif, serta teknologi untuk memvalidasi dan memvalidasi informasi sangat dibutuhkan.

Polarisasi, ekstremisme, krisis informasi, filter bubble, berita palsu atau hoax, lunturnya identitas budaya lokal di tengah budaya global, keamanan data, privasi data, disinformasi, manipulasi informasi, manipulasi kebenaran, dan lain-lain. Regulasi dan etika diperlukan untuk mengatur komunikasi massa dan media dalam masyarakat yang saling terhubung. Teknologi digital terus berkembang, termasuk platform dan format komunikasi baru. Pekerja komunikasi harus terus belajar dan beradaptasi agar tetap relevan. Para profesional komunikasi harus menghasilkan konten yang mendorong dialog dan pemahaman.

Memahami dan menghargai perbedaan budaya dalam komunikasi digital di dunia global sangat penting untuk menjaga hubungan digital yang bersahabat. Komunikasi dan pemahaman yang efektif membutuhkan inklusivitas, kepekaan budaya, dan kemampuan beradaptasi dengan budaya. Komunikasi nonverbal digital juga telah diubah oleh teknologi dan aksesibilitas informasi. Meskipun digantikan oleh emoji, foto, dan simbol, komunikasi nonverbal masih menyampaikan makna dan emosi dalam pesan digital. Di era digital, transformasi media dan dinamika komunikasi membutuhkan keseimbangan antara teknologi dengan nilai, etika, dan keseimbangan dalam distribusi informasi. Memahami pro dan kontra dari media sosial dapat membantu orang memanfaatkan dunia digital sambil menjaga komunikasi dan kontak sosial.

Referensi

- Aceto, G., Persico, V., & Pescapé, A. (2019). A Survey on Information and Communication Technologies for Industry 4.0: State-of-the-Art, Taxonomies, Perspectives, and Challenges. *IEEE Communications Surveys and Tutorials*, 21(4), 3467–3501. <https://doi.org/10.1109/COMST.2019.2938259>
- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi Media dan Dinamika Komunikasi dalam Era Digital:

- Tantangan dan Peluang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181. <https://doi.org/10.61722/JIRS.V1I3.554>
- Aminudin, A., & Suradika, A. (2022). Peluang dan Tantangan Dakwah Bil Lisan melalui Youtube sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Perspektif*, 2(1). <https://doi.org/10.53947/PERSPEKT.V2I1.197>
- Dalimunte, R. P., Paramita, H., & Adilla, S. (2018). Tantangan Komunikasi Baru Digital dan Revolusi Industri 4.0. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(01), 789–794. <https://doi.org/10.25008/PKNK.V2I01.212>
- Dempster, G. (2020). The communication of scientific research in news media: Contemporary challenges and opportunities. *Journal of Science Communication*, 19(3), Co6. <https://doi.org/10.22323/2.19030306>
- Eskol, F., & Sirait, T. (2022). Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Industri Teknologi Komunikasi di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 6(1), 132–139. <https://doi.org/10.23887/JPPSH.V6I1.28153>
- Faisal Bakti, A., & Meidasari, V. E. (2014). Trendsetter Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 20–44. <https://doi.org/10.15642/JKI.2014.4.1.20-44>
- Handayani, W., Yuliarti Semara, O., Rahayu, F., & Shaddiq, S. (2022). Digital Marketing as an Integrated Marketing Communication Strategy in Village Owned Business Agencies “Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa)” based on Local Wisdom in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0. *repo-dosen.ulm.ac.id*, 04(2), 137–142. <https://doi.org/10.24874/PES04.02.004>
- Krafft, M., Sajtos, L., & Haenlein, M. (2022). Challenges and Opportunities for Marketing Scholars in Times of the Fourth Industrial Revolution. *Journal of Interactive*

Marketing, 51, 1–8. <https://doi.org/10.1016/J.INTMAR.2020.06.001>

- Nurdin, A. (2017). Ilmu komunikasi: peluang dan tantangan masa depan. *repository.uinsa.ac.id*.
- Putra, B. A., Salsabila, A. I., Nabila, K. R., & Zakiah, R. (2022). Peluang dan Tantangan Kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka pada Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(01), 6–13. <https://doi.org/10.47709/EDUCENDIKIA.V2I01.1399>
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *Al Mikraj Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(1), 207–216. <https://doi.org/10.37680/ALMIKRAJ.V4I1.3513>
- Ruler, B. Van. (2020). Communication Theory : An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests. *Future Directions of Strategic Communication*, 39–53. <https://doi.org/10.4324/9780429295638-4>
- Satriya, C. Y. (2019). Perspektif Komunikasi Kreatif Di Era Digital Oleh Stakeholder Ilmu Komunikasi Udinus. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 169–180. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i2.919>
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(2), 141–152. <https://doi.org/10.33508/JK.V10I2.3457>

BIOGRAFI PENULIS



Prof. Dewi Kurniawati, M.Si, Ph.D merupakan dosen tetap Program Studi S-2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara. Lahir di Medan, tanggal 24 Mei 1965, merupakan anak ke 7 (tujuh) dari 9 (sembilan) bersaudara pasangan alm. H. Maridi dan almh. Hj. Halimah, dan merupakan istri dari Drs. H. Ganti Sitepu. Menyelesaikan pendidikan dan mendapat gelar Sarjana (Dra) Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sumatera Utara pada tahun 1988. Kemudian mendapatkan gelar Master of Science dari Program PWD Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara pada tahun 2001. Selanjutnya menyelesaikan program Doktor Ilmu Komunikasi di Universiti Sains Malaysia pada tahun 2014.

Memulai bekerja sebagai CPNS di USU pada tahun 1989. Dan sudah mendapatkan Satya Lencana 30 Tahun dari pemerintah RI pada 17 Agustus 2024. Pernah menjadi ketua ASPIKOM (Asosiasi Program Studi Ilmu Komunikasi) Korwil Sumatera Utara tahun 2018- 2021 dan saat ini menjadi wakil ketua ASPIKOM Indonesia. Pernah menjadi ketua Laboratorium Ilmu Komunikasi USU tahun 2000-2005, menjadi Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi FISIP USU tahun 2005-2010, menjadi Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP USU tahun 2017-2021 dan saat ini menjabat sebagai Sekretaris Prodi Program S2 Ilmu Komunikasi FISIP USU. Menjadi Editor In Chief Jurnal KomunikaA tahun 2018-sekarang. Sejak tahun 2019-sekarang mendapat amanah sebagai Asesor BAN PT dan juga diangkat menjadi Asesor LAMSPAK.

KONTRIBUSI ILMU KOMUNIKASI DALAM TRANSFORMASI PENDIDIKAN TINGGI INKLUSIF DI INDONESIA

Gusmia Arianti

Universitas Al-Azhar Indonesia

gusmia.arianti@uai.ac.id

Inklusif menggambarkan masyarakat yang terbuka terhadap keberagaman budaya, toleran, dan mudah berinteraksi dengan orang lain. Inklusi adalah cara berpikir tentang memberi semua anak kesempatan yang sama, termasuk kesempatan untuk belajar di kelas yang sama (Mumpuniarti, 2020). Pendidikan inklusif telah menjadi topik diskusi politik yang kemudian berkembang menjadi kebijakan di Indonesia. Pemerintah bertanggung jawab untuk menyediakan layanan dan kemudahan serta memastikan bahwa pendidikan berkualitas tinggi diberikan kepada siswa di semua jenis, jalur, dan jenjang pendidikan secara inklusif dan khusus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Hal ini sebagai upaya melaksanakan amanat untuk pemenuhan hak sosial dan pendidikan

yang bermutu menjadi agenda internasional melalui SDGs Nomor 4 mengenai pendidikan yang berkualitas. Tren global menunjukkan bahwa kelompok penyandang disabilitas mengalami eksklusi dalam pembangunan yaitu minimnya kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan dan menikmati hasil dari pembangunan tersebut (Hastuti, *et al*, 2020).

Pendidikan Inklusif di Indonesia sudah dilaksanakan sejak tahun 2003, dan pada Desember 2023 Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menyebutkan terdapat 40.164 satuan pendidikan formal di Indonesia yang memiliki peserta didik berkebutuhan khusus (Nurhidayat, 2024). Latar belakang dibentuknya program Pendidikan Berjenjang Pendidikan Inklusif adalah adanya gap antara regulasi tentang pendidikan inklusif dan kondisi di lapangan seperti berdasarkan regulasi ditetapkan anak berhak akan pendidikan yang berkualitas.

Pemerintah mengeluarkan kebijakan tentang pendidikan inklusi bagi peserta didik berkebutuhan khusus yang diatur dalam Undang-undang UU Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas Pasal 10 menyebutkan bahwa peserta didik berkebutuhan khusus berhak untuk mendapatkan layanan pendidikan yang bermutu di semua jenis, jalur dan jenjang pendidikan. Selain itu, Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 56/M/2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran menyebutkan satuan pendidikan perlu mengembangkan kurikulum dengan prinsip diversifikasi sesuai dengan kondisi satuan pendidikan, potensi daerah, dan peserta didik.

Amanat regulasi tersebut berbanding terbalik dengan situasi di lapangan, karena hanya 64% dari perkiraan jumlah anak penyandang disabilitas yang bersekolah dengan alasan termasuk biaya, *learned helplessness*, dan penolakan dari sekolah. Terdapat juga regulasi yang menegaskan adanya akomodasi pendidikan yang layak bagi peserta didik disabilitas

namun kenyataannya tidak semua pemerintah daerah memiliki peraturan, anggaran, dan penyediaan unit layanan disabilitas (ULD) untuk mengakomodirnya.

Keberhasilan pendidikan inklusif akan tercapai jika faktor-faktor lingkungan yang menjadi penghambat belajar anak dapat disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik, termasuk peserta didik berkebutuhan khusus. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa siswa penyandang disabilitas memiliki akses yang sama ke pendidikan. Penyandang disabilitas saat ini banyak yang menghadapi stigma, diskriminasi, dan hambatan dalam mengakses pendidikan.

Kontribusi ilmu komunikasi dalam mewujudkan kampus yang inklusif dan ramah disabilitas merupakan hal yang penting. Ilmu komunikasi dibutuhkan untuk melaksanakan edukasi dan kampanye kesadaran masyarakat untuk menciptakan kampus yang inklusif dan ramah disabilitas (Merly, 2016). Ilmu komunikasi dapat digunakan untuk merancang kampanye edukatif yang meningkatkan kesadaran tentang disabilitas dan pentingnya inklusi di kampus. Kampanye ini bisa menggunakan berbagai media, seperti poster, seminar, dan media sosial (Hadiprawiro, *et al*, 2020).

Komunikasi juga dibutuhkan untuk pelatihan dan *workshop* staf dan mahasiswa tentang cara berinteraksi dengan individu disabilitas dengan cara yang menghormati dan mendukung mereka. Selain itu juga dibutuhkan untuk desain media dan materi pembelajaran yang aksesibel. Menggunakan prinsip-prinsip desain universal untuk membuat materi pembelajaran yang dapat diakses oleh semua mahasiswa, termasuk mereka yang memiliki disabilitas sensorik atau kognitif. Materi pembelajaran menggunakan teknologi komunikasi yang mendukung aksesibilitas, seperti teks alternatif untuk gambar, transkripsi untuk video, dan perangkat bantu lainnya.

Transformasi pendidikan tinggi yang inklusif merupakan salah satu bentuk dukungan dalam pembangunan nasional.

Ilmu komunikasi dapat meningkatkan kualitas pendidikan yang mampu memberikan peningkatan aksesibilitas menjadi lebih baik, serta menciptakan metode pembelajaran yang inovatif. Memberikan akses untuk pemberdayaan individu disabilitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan pekerjaan yang layak dan berkontribusi pada masyarakat. Selain itu, dengan menciptakan lingkungan yang mendukung, mahasiswa dengan disabilitas dapat mengembangkan potensi penuh mereka, yang sangat penting untuk pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas.

Dalam hal penguatan nilai sosial dan budaya, Komunikasi dapat digunakan untuk mempromosikan inklusi dalam pendidikan tinggi membantu membangun budaya yang menghargai keberagaman dan inklusivitas. Ini akan menciptakan masyarakat yang lebih adil dan harmonis, serta mendorong kesadaran dan empati sosial di antara mahasiswa. Ini akan menciptakan generasi yang lebih sadar dan peduli terhadap isu-isu sosial dan inklusi.

Tantangan dan Kesempatan untuk Penyandang Disabilitas di Kampus

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, terdapat sekitar 21 juta penyandang disabilitas di Indonesia, yang mencakup berbagai jenis disabilitas seperti disabilitas fisik, intelektual, sensorik, dan mental (Dwijayati, 2023). Data BPS menunjukkan bahwa sekitar 2,5% dari populasi Indonesia mengalami gangguan penglihatan, dan sekitar 1,5% mengalami gangguan pendengaran. Sekitar 0,7% dari populasi memiliki disabilitas intelektual dan mental, yang meliputi berbagai kondisi seperti autisme dan gangguan bipolar.

Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2022, tingkat partisipasi sekolah bagi anak-anak dengan disabilitas masih rendah dibandingkan dengan anak-anak tanpa disabilitas. Hanya sekitar 60% anak-anak dengan

disabilitas yang mendapatkan akses ke pendidikan dasar. Tingkat partisipasi menurun di tingkat pendidikan menengah dan tinggi. Hanya sekitar 20% penyandang disabilitas yang melanjutkan pendidikan ke jenjang menengah atas dan sekitar 5% ke jenjang perguruan tinggi. Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2020 mencatat hanya 9 persen dari 8 juta angkatan kerja penyandang disabilitas yang terserap sebagai tenaga kerja (Lingkar Sosial, 2024).

Data dari Kementerian Tenaga Kerja menunjukkan bahwa tingkat partisipasi angkatan kerja penyandang disabilitas jauh lebih rendah dibandingkan dengan populasi umum. Hanya sekitar 30% penyandang disabilitas yang aktif di pasar kerja. Banyak penyandang disabilitas yang bekerja di sektor informal, dengan pendapatan yang lebih rendah dan kondisi kerja yang kurang stabil (Kementerian Tenaga Kerja, 2021). Selain itu, tantangannya adalah penyandang disabilitas lebih rentan terhadap kemiskinan. Data BPS mengindikasikan bahwa tingkat kemiskinan di kalangan penyandang disabilitas adalah dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan populasi umum.

Kesempatan untuk penyandang disabilitas adalah Pemerintah Indonesia telah mengesahkan berbagai peraturan untuk mendukung hak-hak penyandang disabilitas, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas dan Peraturan Pemerintah Nomor 70 Tahun 2019 tentang Perencanaan, Penyelenggaraan, dan Evaluasi Terhadap Penyandang Disabilitas. Meskipun demikian, implementasi kebijakan ini masih menghadapi banyak tantangan, terutama dalam hal kesadaran dan pemahaman masyarakat serta infrastruktur yang belum sepenuhnya ramah disabilitas.

Beberapa inisiatif telah diluncurkan oleh pemerintah dan organisasi non-pemerintah untuk mendukung inklusi penyandang disabilitas, seperti program rehabilitasi berbasis masyarakat (RBM), pendidikan inklusif, dan pelatihan keterampilan kerja. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan akses pendidikan, peluang kerja, dan partisipasi

sosial bagi penyandang disabilitas.

Mahasiswa penyandang disabilitas di lingkungan kampus menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat proses belajar dan partisipasi mereka. Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan upaya bersama dari pihak kampus, pemerintah, dan masyarakat untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih inklusif dan mendukung. Hal ini meliputi peningkatan infrastruktur fisik, penyediaan materi pembelajaran yang aksesibel, peningkatan kesadaran dan pelatihan bagi staf dan mahasiswa, serta penyediaan layanan pendukung yang memadai.

Banyak kampus di Indonesia yang belum sepenuhnya ramah disabilitas. Terdapat kekurangan fasilitas seperti ramp, lift, toilet yang aksesibel, dan jalur pejalan kaki yang memadai. Kesulitan dalam mengakses transportasi yang ramah disabilitas untuk mencapai kampus, termasuk transportasi umum yang tidak dilengkapi dengan fasilitas yang sesuai. Banyak materi kuliah, seperti buku teks dan presentasi, yang tidak tersedia dalam format yang aksesibel seperti Braille, audio, atau teks digital yang kompatibel dengan perangkat pembaca layar.

Mahasiswa penyandang disabilitas sering menghadapi stigma dan diskriminasi dari sesama mahasiswa, staf pengajar, dan anggota komunitas kampus lainnya. Hal ini dapat menciptakan lingkungan yang tidak mendukung dan menyulitkan proses belajar mereka. Kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang disabilitas di kalangan komunitas kampus, termasuk dosen dan staf administrasi, yang dapat mengakibatkan perlakuan yang tidak sensitif dan kurangnya dukungan yang diperlukan.

Metode pengajaran yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa penyandang disabilitas, seperti penggunaan media visual tanpa penjelasan verbal, atau penugasan yang tidak dapat diakses oleh semua mahasiswa. Sistem evaluasi dan penilaian yang tidak mempertimbangkan kebutuhan khusus mahasiswa penyandang disabilitas, seperti ujian yang

tidak disediakan dalam format yang sesuai atau waktu yang tidak fleksibel.

Keterbatasan layanan pendukung di kampus, seperti layanan konseling, bimbingan akademik, dan pusat sumber daya disabilitas, yang dapat membantu mahasiswa penyandang disabilitas dalam menavigasi tantangan akademik dan non-akademik. Kurangnya asisten atau pendamping yang dapat membantu mahasiswa penyandang disabilitas dalam kegiatan sehari-hari di kampus, seperti membantu mobilitas atau mengakses materi belajar. Serta kendala finansial seperti terbatasnya akses ke beasiswa khusus untuk mahasiswa penyandang disabilitas, yang dapat membantu meringankan beban finansial mereka.

Kebijakan nasional dan internasional telah memberikan landasan yang kuat untuk mendukung hak-hak penyandang disabilitas dalam pendidikan tinggi. Namun, diperlukan upaya berkelanjutan dan kolaboratif untuk mengatasi tantangan dalam implementasinya dan memastikan bahwa mahasiswa penyandang disabilitas dapat mengakses pendidikan tinggi yang inklusif dan berkualitas.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas menjelaskan bahwa institusi pendidikan wajib menyediakan fasilitas dan akomodasi yang layak untuk mendukung pembelajaran mahasiswa penyandang disabilitas, serta memastikan aksesibilitas fisik dan non-fisik di lingkungan kampus. Permenristekdikti Nomor 50 Tahun 2018 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi, menetapkan standar nasional untuk pendidikan tinggi yang inklusif, termasuk penyediaan akomodasi yang layak dan aksesibilitas bagi mahasiswa penyandang disabilitas.

Konvensi Hak-Hak Penyandang Disabilitas (*Convention on the Rights of Persons with Disabilities - CRPD*) menegaskan bahwa negara-negara harus memastikan sistem pendidikan inklusif di semua tingkat dan memberikan akses yang sama kepada penyandang disabilitas. Negara-negara harus mengambil langkah untuk menyediakan akomodasi yang layak,

materi pembelajaran dalam format yang dapat diakses, dan dukungan individu yang diperlukan untuk memaksimalkan perkembangan akademik dan sosial penyandang disabilitas (Konvensi PBB tentang Hak Penyandang Disabilitas (UNCRPD)).

Agenda Pembangunan Berkelanjutan 2030 (Sustainable Development Goals-SDGs), Pendidikan Berkualitas (SDG 4) menargetkan pendidikan inklusif dan setara serta mempromosikan kesempatan belajar seumur hidup untuk semua, termasuk penyandang disabilitas. Serta Pengurangan Ketimpangan (SDG 10) berfokus pada pengurangan ketimpangan, termasuk akses terhadap pendidikan tinggi yang inklusif dan aksesibel bagi penyandang disabilitas (Bappenas, 2024).

Meskipun kebijakan dan regulasi yang ada cukup komprehensif, implementasinya masih menghadapi banyak tantangan seperti kurangnya infrastruktur yang memadai, minimnya kesadaran dan pemahaman tentang disabilitas, serta terbatasnya sumber daya untuk mendukung mahasiswa penyandang disabilitas. Untuk meningkatkan implementasi, perlu ada peningkatan koordinasi antara pemerintah, institusi pendidikan, dan organisasi masyarakat sipil. Pelatihan dan peningkatan kapasitas bagi staf dan dosen, serta pengembangan fasilitas dan teknologi yang aksesibel, sangat diperlukan.

Ilmu Komunikasi sebagai Alat untuk Inklusi

Beberapa strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk mendukung inklusi penyandang disabilitas adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan Bahasa yang Inklusif

Penggunaan bahasa yang inklusif dapat dimulai dari pemilihan kata yang tepat. Hindari penggunaan istilah yang merendahkan atau mengasihani penyandang disabilitas. Gunakan istilah seperti “mahasiswa dengan disabilitas” daripada “mahasiswa cacat”. Pahami dan gunakan bahasa yang mencakup semua

jenis disabilitas, baik fisik, sensorik, intelektual, maupun mental.

2. Desain Materi Pembelajaran yang Aksesibel

Menggunakan materi pembelajaran tersedia dalam format digital yang dapat diakses oleh perangkat pembaca layar. Gunakan teks alternatif untuk gambar dan grafik. Sertakan transkripsi dan caption pada semua konten audio dan video untuk mendukung mahasiswa dengan gangguan pendengaran. Dan pilih font yang jelas dan mudah dibaca serta kontras warna yang baik untuk membantu mahasiswa dengan gangguan penglihatan.

3. Pelatihan dan Kesadaran untuk Staf dan Dosen

Pelatihan dan kesadaran staf dan dosen dapat dilakukan secara rutin tentang cara berkomunikasi dengan penyandang disabilitas dan cara mengajar yang inklusif. Meningkatkan kesadaran dengan melakukan edukasi seluruh komunitas kampus tentang pentingnya inklusi dan bagaimana mereka dapat berperan dalam mendukung mahasiswa penyandang disabilitas.

4. Penyediaan Teknologi Bantuan

Penggunaan teknologi bantu seperti perangkat pembaca layar dan software penerjemah untuk mahasiswa dengan gangguan penglihatan dan pendengaran. Selain itu, alat bantu fisik seperti alat bantu dengar, kursi roda, dan alat bantu mobilitas lainnya yang dapat diakses oleh mahasiswa yang membutuhkan.

5. Komunikasi yang Responsif dan Adaptif

Melakukan komunikasi yang responsive melalui mekanisme untuk menerima umpan balik dari mahasiswa penyandang disabilitas tentang pengalaman mereka dan bagaimana kampus dapat memperbaiki layanan. Bersikap fleksibel dalam metode pengajaran dan evaluasi untuk menyesuaikan dengan kebutuhan

individu mahasiswa penyandang disabilitas.

6. Pembuatan Kebijakan dan Prosedur yang Jelas

Kebijakan kampus yang mendukung inklusi disabilitas dipublikasikan secara luas dan mudah diakses. Dan paparkan prosedur untuk mendapatkan dukungan dan akomodasi, serta pastikan bahwa semua mahasiswa memahami hak dan akses mereka.

7. Penggunaan Media Sosial dan Platform Digital

Menggunakan media sosial untuk menjalankan kampanye kesadaran tentang inklusi disabilitas dan membagikan informasi terkait layanan dukungan yang tersedia. Serta menyediakan komunitas online atau grup dukungan yang dapat diakses oleh mahasiswa penyandang disabilitas untuk berbagi pengalaman dan dukungan.

Studi Kasus Perguruan Tinggi Inklusif

Beberapa perguruan tinggi di Indonesia telah mengambil langkah signifikan untuk meningkatkan inklusi bagi penyandang disabilitas. Universitas Gadjah Mada, Universitas Indonesia, Universitas Brawijaya, dan Institut Teknologi Bandung adalah contoh-contoh institusi yang telah memulai inisiatif penting dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih inklusif. Upaya-upaya ini mencakup peningkatan infrastruktur, penyediaan teknologi bantu, dukungan akademik dan non-akademik, serta kampanye kesadaran tentang pentingnya inklusi disabilitas. Langkah-langkah ini tidak hanya memberikan akses pendidikan yang lebih setara tetapi juga membantu membangun budaya kampus yang lebih inklusif dan menghargai keberagaman.

UGM telah melakukan berbagai inisiatif untuk mendukung inklusi penyandang disabilitas. Program seperti “Program Pendidikan Inklusif” bertujuan untuk memberikan akses pendidikan yang setara bagi mahasiswa dengan berbagai jenis

disabilitas. UGM menyediakan fasilitas yang ramah disabilitas seperti ramp, lift, dan toilet yang aksesibel di berbagai gedung kampus. Mereka juga memiliki perpustakaan dengan buku-buku dalam format Braille.

UI mendirikan Pusat Studi dan Layanan Disabilitas yang memberikan dukungan akademik dan non-akademik kepada mahasiswa penyandang disabilitas. Pusat ini menyediakan layanan seperti bimbingan, konseling, dan pelatihan keterampilan. Serta secara aktif menjalankan kampanye kesadaran tentang pentingnya inklusi dan hak-hak penyandang disabilitas di lingkungan kampus (Universitas Indonesia, 2023).

Universitas Brawijaya memiliki program pendidikan inklusif yang fokus pada penerimaan dan dukungan terhadap mahasiswa penyandang disabilitas. Mereka memberikan beasiswa khusus untuk mahasiswa dengan disabilitas. ITB berusaha menyediakan semua materi pembelajaran dalam format digital yang dapat diakses oleh mahasiswa dengan berbagai jenis disabilitas, termasuk e-book dan modul daring yang ramah disabilitas. Dari analisis studi kasus perguruan tinggi di Indonesia yang telah mengambil langkah signifikan menuju inklusi, beberapa praktik terbaik dapat diidentifikasi dan diadopsi oleh institusi lain:

1. Komitmen institusional yang kuat: Kebijakan formal dan dukungan finansial yang memadai sangat penting untuk keberhasilan program inklusi.
2. Infrastruktur Aksesibel: Penyesuaian fisik kampus untuk meningkatkan aksesibilitas harus menjadi prioritas.
3. Layanan dan Dukungan Holistik: Pusat layanan disabilitas yang menyediakan berbagai bentuk dukungan sangat efektif dalam membantu mahasiswa penyandang disabilitas.
4. Teknologi Bantu dan Materi Pembelajaran Aksesibel: Investasi dalam teknologi bantu dan penyediaan materi dalam berbagai format yang dapat diakses sangat membantu.
5. Pelatihan dan Kesadaran: Edukasi terus-menerus untuk staf dan mahasiswa tentang inklusi disabilitas membantu

menciptakan budaya kampus yang lebih inklusif.

6. Adaptasi Kurikulum dan Metode Pengajaran: Fleksibilitas dalam pendekatan pengajaran dan penilaian adalah kunci untuk inklusi akademik.
7. *Feedback* dan Evaluasi Berkelanjutan: Mekanisme feedback yang efektif memastikan bahwa kebutuhan mahasiswa penyandang disabilitas terus dipenuhi dan program dapat ditingkatkan.

Masa Depan Kampus Inklusif di Indonesia

Menciptakan kampus yang inklusif, Indonesia menghadapi berbagai tantangan seperti infrastruktur yang belum memadai, kurangnya kesadaran dan pemahaman, akses terbatas ke teknologi bantu, keterbatasan dukungan akademik dan non-akademik, serta implementasi kebijakan yang belum optimal. Namun, terdapat peluang besar dengan dukungan kebijakan nasional, peningkatan kesadaran sosial, perkembangan teknologi, peluang kerjasama dan kemitraan, program pelatihan dan peningkatan kapasitas, serta penelitian dan inovasi. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini dan mengatasi tantangan yang ada melalui strategi yang terencana dan kolaboratif, perguruan tinggi di Indonesia dapat menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih inklusif dan mendukung bagi semua mahasiswa, termasuk mereka yang menyandang disabilitas.

Inovasi dalam bidang komunikasi dapat memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung inklusi disabilitas di lingkungan kampus. Dari aplikasi teknologi bantu hingga platform pembelajaran inklusif, teknologi baru ini dapat membantu menyediakan akses yang lebih luas, mendukung kebutuhan akademik dan non-akademik, serta memperkuat kesadaran dan dukungan di seluruh komunitas kampus. Dengan mengadopsi inovasi-inovasi ini, perguruan tinggi dapat menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan ramah bagi semua mahasiswa, termasuk mereka yang menyandang disabilitas.

Referensi

- Bappenas. <https://sdgs.bappenas.go.id/17-goals/goal-4/> di akses pada 1 Juni 2024
- Dwijayati, Gita Nofieka. "Implementasi Community Based Social Marketing Dalam Meningkatkan Disability Awareness Oleh Komunitas Tune Map #Mapmyday di Bandung." *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 3, no. 2, Dec. 2023, p. 99. <https://doi.org/10.35194/jubis.v3i2.3810>.
- Hadiprawiro, Y. Perancangan Materi Kampanye Disabilitas Untuk Kelompok Difabel Di Klaten, Jawa Tengah. *Jurnal Desain*. Vol.7, No.3, Mei-Agustus 2020, pp. 305-322. <http://dx.doi.org/10.30998/jd.v7i3.5620>
- Hastuti, Dewi, R. K., Pramana, R. P., & Sadaly, H. (2020). *Kendala Mewujudkan Pembangunan Inklusif Penyandang Disabilitas*. Jakarta: The SMERU Research Institute.
- Kementrian Tenaga Kerja. 2021. *Ketenagakerjaan Dalam Data Edisi 4 Tahun 2021*. Pusat Data dan Teknologi Informasi Ketenagakerjaan.
- Konvensi PBB tentang Hak Penyandang Disabilitas (UNCRPD) <https://humanrights.gov.au/our-work/disability-rights/united-nations-convention-rights-persons-disabilities-uncrpd> di akses pada 03 Juni 2024 Pukul 12.00
- Lingkar sosial. 2024. *7 Fakta Aksesibilitas 28 Juta Penyandang Disabilitas di Indonesia* <https://lingkarsosial.org/7-fakta-aksesibilitas-28-juta-penyandang-disabilitas-di-indonesia/> di akses pada 03 Juni 2024 Pukul 17.14
- Merly, Mario. "Aksesibilitas Pemilu 2014 Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Politik (Studi Tentang Persepsi Mahasiswa Penyandang Disabilitas Di Pusat Layanan Difabel UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)." *Jurnal Ketahanan Nasional/Jurnal Ketahanan Nasional*, vol. 21, no. 2, Mar. 2016, p. 61. <https://doi.org/10.22146/jkn.8123>.

- Mumpuniarti, Mumpuniarti, et al. "Teacher's Pedagogy Competence And Challenges In Implementing Inclusive Learning In Slow Learner." *Cakrawala Pendidikan/ Cakrawala Pendidikan*, vol. 39, no. 1, Feb. 2020, pp. 217–29. <https://doi.org/10.21831/cp.v39i1.28807>.
- Nurhidayat, D. 2024. Kemendikbud-Ristek Sebut 40.164 Satuan Pendidikan Formal Terdapat Siswa Disabilitas. Kemendikbud-Ristek Sebut 40.164 Satuan Pendidikan Formal Terdapat Siswa Disabilitas (mediaindonesia.com). diakses pada 02 Juni 2024 pukul 16.00
- Universitas Indonesia. 2023. Hadirkan Pendidikan Inklusif, UI Luncurkan Unit Layanan Mahasiswa Disabilitas <https://www.ui.ac.id/hadirkan-pendidikan-inklusif-ui-luncurkan-unit-layanan-mahasiswa-disabilitas/> diakses pada 2 Juni 2024

BIOGRAFI PENULIS



Gusmia Arianti atau yang akrab disapa Mia adalah seorang akademisi dan peneliti yang memiliki minat terhadap isu-isu komunikasi pembangunan dan media. Saat ini, ia menjabat sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Al-Azhar Indonesia (UAI). Ketertarikannya terhadap dinamika sosial dan media mendorongnya turut aktif terlibat dalam berbagai kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat. Latarbelakang akademiknya mencerminkan kombinasi unik antara dunia manajemen dan komunikasi. Ia menyelesaikan studi Sarjana Manajemen dan Magister Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan di IPB University, yang membentuk perspektif interdisipliner dalam menelaah persoalan komunikasi di masyarakat, khususnya dalam konteks pembangunan, pemberdayaan, dan transformasi digital.

Selama perjalanan kariernya, Mia aktif melakukan berbagai riset yang relevan dengan perkembangan zaman. Beberapa tema yang ia dalam mencakup personal branding politik, sistem e-government, kewirausahaan digital berbasis kepada komunitas, serta akses pendidikan inklusif bagi penyandang disabilitas. Penelitiannya tidak hanya dipublikasikan dalam jurnal-jurnal ilmiah dan prosiding internasional, tetapi juga mendapat dukungan dari berbagai lembaga nasional dan internasional seperti British Council melalui program *UK-ID Disability Inclusion Partnerships* dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI. Selain aktif menulis dan meneliti, Mia juga memiliki komitmen kuat dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Ia terlibat dalam literasi media untuk generasi muda, pelatihan kewirausahaan digital, hingga edukasi mengenai keamanan bermedia sosial bagi pelajar. Karya-karyanya dalam bentuk buku dan modul pendidikan mencerminkan konsistensinya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang aplikatif dan berdampak sosial. Keterlibatannya dalam organisasi profesi seperti ASPIKOM, FORKAPI, SEAMSA, dan International Communication Association (ICA) Indonesia menunjukkan dedikasinya dalam membangun jaringan akademik dan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan komunikasi di tingkat nasional dan internasional.

REFLEKSI KRITIS ATAS PRAKTIK INDUSTRI KOMUNIKASI DI INDONESIA: ANTARA TRANSFORMASI DIGITAL DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Nur Kholisoh¹, Feni Fasta²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
nur.kholisoh@mercubuana.ac.id

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini telah memberikan kontribusi pemikiran pada pembahasan mengenai transformasi karakteristik komunikasi media massa dari yang konvensional menuju digital (Gushevinalti, 2020). Perkembangan teknologi digital ini juga telah membawa disrupsi besar dalam industri komunikasi global. Secara global teknologi hadir untuk membantu manusia dalam melakukan berbagai aktivitasnya, sehingga era disrupsi teknologi adalah hal yang perlu dihadapi (Saragih, dkk, 2023). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat saat ini telah memicu perubahan sistem komunikasi Indonesia (Wiryany, 2022). Perubahan

ini tidak hanya menyentuh aspek teknis dalam penyebaran informasi, tetapi juga memengaruhi struktur ekonomi media, pola konsumsi informasi, hingga relasi kekuasaan dalam praktik komunikasi (McQuail, 2010).

Meskipun perkembangan ini membawa kemajuan dalam hal kecepatan dan keterjangkauan informasi, muncul pula tantangan serius. Peluang dan tantangan tersebut terutama terkait dengan kesiapan industri dan sumber daya untuk mengadopsi teknologi hasil revolusi industri serta regulasi yang diterbitkan atau dipersiapkan oleh pemerintah untuk menghadapinya (Sirait, 2022), seperti penyebaran disinformasi, bias kepentingan politik, dan krisis etika jurnalistik.

Indonesia, dengan lebih dari 212 juta pengguna internet (We Are Social, 2023), menjadi pasar komunikasi digital yang sangat aktif, namun kondisi ini tidak serta-merta disertai dengan praktik komunikasi yang sehat dan etis. Penelitian Alfazri dan Syahputra (2024) mengidentifikasi adanya dampak positif dan negatif penggunaan media sosial, termasuk peluang konektivitas global dan risiko perundungan digital. Media sosial yang merupakan sarana untuk melakukan interaksi, komunikasi, menyampaikan informasi secara efektif dan efisien, menyimpan problem yang kompleks (Anggraini, 2020). Oleh karena itu, diperlukan refleksi kritis terhadap arah dan kondisi praktik industri komunikasi Indonesia agar tetap berada dalam koridor demokratis, beretika, dan berorientasi pada kepentingan publik.

Metode

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka. Data diperoleh melalui penelusuran literatur dari jurnal ilmiah, laporan lembaga independen, serta sumber-sumber akademik yang relevan. Analisis dilakukan dengan pendekatan reflektif untuk mengevaluasi praktik industri komunikasi di Indonesia dari perspektif etika, politik, ekonomi, dan sosial.

Transformasi Digital dan Partisipasi Publik

Transformasi digital bukan merupakan hal baru sama sekali. Diperkenalkan pada akhir 1990-an dan disebutkan lagi pada pertengahan 2000-an. Konsep transformasi digital terbagi menjadi 2 (dua) kata, yakni kata “digital” yang digunakan menjadi sinonim dengan “TI” (teknologi informasi). Saat ini, strategi digital organisasi secara praktis mengarahkan pada roadmap dan tujuan mulai dari proses hingga layanan dan produk (Pangandaheng, dkk, 2022)

Fenomena digitalisasi telah memindahkan dominasi produksi pesan dari lembaga media ke individu. Digitalisasi memainkan peran penting dalam memajukan pelayanan publik dan meningkatkan interaksi antara pemerintah dan Masyarakat (Irfan B, 2023). Menurut Jenkins (2006), budaya partisipatif (*participatory culture*) memperluas peran publik dalam memproduksi informasi. Transformasi digital telah menjadi elemen penting dalam meningkatkan keterlibatan publik dalam proses pembuatan kebijakan (Hidayat, 2024). Transformasi digital di Indonesia terjadi dalam berbagai ranah kehidupan seperti pendidikan, bisnis, perbankan, dan pemeritahan (Zahrah, 2023). Transformasi digital yang efektif tidak hanya memperluas jangkauan inisiatif publik namun juga memberdayakan masyarakat untuk menyuarakan pendapatnya, menyumbangkan ide, dan berkolaborasi secara lebih aktif dalam proses pengambilan kebijakan (Mannayong, 2024). Teknologi telah mendorong terjadinya proses digitalisasi yang mampu mempermudah proses komunikasi dan partisipasi publik dengan memudahkan terjadinya interaksi antara pemerintah dengan publiknya, sehingga berpengaruh terhadap partisipasi publik dalam pengambilan keputusan (Harahap, 2023).

Penggunaan teknologi digital bagaikan dua sisi mata uang. Di satu sisi dapat meningkatkan partisipasi publik dan transparansi, namun di sisi lain juga dapat menimbulkan tantangan baru terkait privasi data dan kesenjangan akses teknologi. Di Indonesia, media sosial menjadi arena utama

komunikasi publik, namun Wardle dan Derakhshan (2017) mencatat bahwa kemudahan ini juga menyebabkan tingginya penyebaran *information disorder* (disinformasi, misinformasi, dan malinformasi), yang dapat mengancam kohesi sosial dan kualitas demokrasi. Dalam konteks politik, transformasi sosial berbasis teknologi digital memperluas akses informasi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam diskusi politik dan gerakan sosial. Selain itu, perubahan politik yang dipicu oleh teknologi di era digital mendorong munculnya pola partisipasi baru yang lebih dinamis namun menghadapi tantangan berupa penyebaran hoaks dan polarisasi opini (Romadhona, dkk, 2023)

Komersialisasi dan Politik dalam Media

Pada era digital, perangkat teknologi digunakan sebagai kebutuhan informasi dari media digital. Setiap orang memiliki kontrol pemilihan informasi yang ingin dikonsumsi dengan menggunakan media digital sehingga konsumsi informasi politik melalui media digital dapat memicu partisipasi politik (Bramasta, 2023). Media massa digital diharapkan mampu menyediakan informasi-informasi yang edukatif terkait politik sehingga diharapkan partisipasi politik masyarakat atau pembaca dapat meningkat (Zubaidi, dkk, 2020)

Pemahaman dan praktik komunikasi politik di Indonesia pada era digital menjadi fenomena baru yang belum muncul pada era sebelumnya. Pemanfaatan internet dapat membantu praktik komunikasi politik yang lebih luas jangkauannya, tepat, dan cepat sasarannya (Waluyo, 2019). Dalam dua dekade terakhir Internet telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk demokrasi. Dalam konteks Indonesia, sejak kemunculan Internet pada akhir 1990-an, Internet telah menciptakan fenomena baru yang dikenal sebagai komunikasi politik daring. Internet telah mengubah praktik komunikasi politik tradisional yang dimediasi oleh media konvensional secara dramatis (Hasfi, 2019)

Teknologi memiliki dimensi komunikatif dalam dan dari diri mereka sendiri serta memainkan peran penting dalam formasi ekonomi politik. Bidang ekonomi jelas tidak dapat dipisahkan dari kapitalisme; serta kapitalisme dan industri merupakan dua hal yang tidak bisa dilepaskan (Permana, 2022). Kepemilikan media di Indonesia sangat terkonsentrasi. Studi dari Media Ownership Monitor (2017) menunjukkan bahwa sebagian besar media dimiliki oleh konglomerasi yang terhubung dengan kekuatan politik. Ekonomi politik media (massa) amat berkaitan dengan kekuasaan dan kontrol atas konten media massa (Permana, 2022). Hanitzsch dan Mellado (2011) menyatakan bahwa kondisi ini memperlemah independensi jurnalisme dan menyebabkan penyimpangan terhadap fungsi kontrol sosial media. Keberadaan pers yang bebas dan independen merupakan hal yang sangat esensial dalam mendukung demokrasi dan transparansi di Indonesia (Kartiko, 2024). Teknologi juga dapat dimanfaatkan dalam membuka ruang demokrasi yang lebih jujur dan adil seperti proses pemilihan umum (Pemilu). Proses pemilihan umum (Pemilu) dengan pemanfaatan teknologi digital dapat segera diterapkan sehingga harapannya kepercayaan masyarakat terhadap hasil pemilu dapat lebih meningkat (Lubis, 2022).

Etika, Profesionalisme, dan Tanggung Jawab Sosial

Etika pada hakikatnya merupakan dasar pertimbangan dalam pembuatan keputusan tentang moral manusia dalam interaksi dengan lingkungannya. Keberadaan etika dan norma dalam kehidupan akan dapat membantu manusia untuk memilih dan memutuskan perilaku yang paling baik sesuai dengan norma-norma moral yang berlaku. Hal ini penting agar tercipta suatu pola-pola hubungan antar manusia yang baik dan harmonis, seperti saling menghormati, saling menghargai dan tolong menolong (Suhaila, 2021).

Etika mencakup berbagai macam makna, antara lain etos khas suatu kelompok, norma-norma yang dianut oleh suatu kelompok atau sekelompok orang tertentu mengenai

perilaku yang baik dan benar, serta kajian tentang prinsip-prinsip perilaku yang baik dan benar sebagai landasan moral. Etika juga diartikan sebagai pertimbangan kritis dan rasional terhadap norma-norma yang tercermin dalam perilaku manusia (Hanum, 2019)

Menurut Levinas (Sobon, 2018) etika adalah filsafat pertama. Etika tanggung jawab harus dimengerti dalam bingkai metafisika. Adapun hakekat tanggung jawab menurut Levinas adalah fakta terberi dari eksistensial, tanggung jawab non normatif, tanggung jawab bagi orang lain, tanggung jawab substitusional, tanggung jawab sebagai struktur hakiki dari subjektivitas, tanggung jawab sebagai dasar bagi eksistensi, dan tanggung jawab memanusiaikan. Etika tanggung jawab Levinas memiliki dua sifat yakni tanggung jawab bersifat konkret dan asimetris.

Etika dalam profesi menjadi landasan esensial yang mengatur perilaku, tanggung jawab, dan tindakan seorang profesional (Muhaini, dkk, 2024), termasuk dalam bidang komunikasi. Etika Profesional merupakan perilaku seseorang yang berupaya menghasilkan pekerjaan yang berkualitas dalam karirnya (Rahmi, dkk, 2024). Bagi mahasiswa, Profesionalisme dan etika profesi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan memperkuat budaya disiplin. Profesionalisme yang meliputi kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan teknisnya dengan sebaik-baiknya memberikan kontribusi yang positif terhadap sikap dan perilaku disiplin. Etika profesi juga memiliki dampak penting, karena mahasiswa yang memiliki kesadaran moral dan integritas dalam melaksanakan tugas teknisnya cenderung lebih patuh terhadap aturan dan norma yang berlaku terutama dalam era transformasi digital saat ini (Irianto, 2023).

Sementara itu, praktik komunikasi, baik di sektor jurnalistik maupun *public relations*, masih didominasi oleh logika pasar. Morissan (2013) menunjukkan bahwa kampanye komunikasi seringkali menekankan aspek komersial dan

manipulatif, sementara etika dan tanggung jawab sosial diabaikan. Sesungguhnya kebebasan pers dan tanggung jawab sosial media saling terkait. Kebebasan yang tidak diimbangi dengan tanggung jawab dapat mengarah pada disinformasi dan manipulasi (Hijriani & Nur, 2024). Christians et al. (2015) menekankan bahwa media seharusnya berfungsi sebagai *watchdog* dan pelindung kepentingan publik, bukan sebagai alat promosi elite ekonomi dan politik.

Adanya Revolusi Industri 4.0 membawa tantangan baru yakni transformasi digital. Etika komunikasi media digital menjadi sangat penting untuk memitigasi dampak negatif dari transformasi digital dengan menekankan pentingnya menjunjung tinggi prinsip-prinsip etis dalam konteks digital (Bustami, 2024). Tantangan ini juga menjadi evaluasi untuk praktek tanggung jawab sosial perusahaan untuk berubah dari cara-cara tradisional ke digital. Konsep ini dikenal sebagai *Corporate Digital Responsibility* atau Tanggung Jawab Digital Perusahaan. Tanggung jawab digital perusahaan mencakup empat kategori yaitu sosial, ekonomi, teknologi, dan lingkungan. Adapun tantangan praktek tanggung jawab digital perusahaan di Indonesia antara lain, rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia, dan belum adanya payung hukum yang kuat untuk dijadikan acuan pedoman penyelenggaraan tanggung jawab digital Perusahaan (Solihin, 2023).

Transformasi digital memaksa organisasi atau Perusahaan untuk mengikuti perkembangan teknologi yang cepat agar dapat bertahan dalam persaingan. Implementasi transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi kinerja, pendapatan, dan mengubah budaya organisasi menjadi lebih baik (Oktaviani, 2023). Keberlimpahan data dan informasi, meningkatnya konektifitas dan komputasi di berbagai aspek kehidupan berpengaruh pada munculnya pendekatan baru dan dimulainya cara-cara baru dalam pemanfaatan teknologi digital yang dapat mentransformasi organisasi atau Perusahaan secara fundamental. Upaya perubahan fundamental mulai dari budaya hingga ke struktur organisasi atau Perusahaan

melalui platform digital dikenal sebagai transformasi digital (Manik, 2024).

Literasi Media dan Pendidikan Komunikasi

Penggunaan internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan Masyarakat saat ini, terutama remaja. Internet bagaikan pedang bermata dua bagi remaja. Mereka menggunakan internet terutama untuk mencari kesenangan, meskipun beberapa dari mereka menggunakannya untuk membantu mengerjakan tugas sekolah. Selain itu, Internet juga memiliki risiko bagi remaja, seperti paparan pornografi, konten kekerasan/rasisme, iklan yang menyesatkan, *cyber bullying*, dan dalam batas tertentu kita juga mendengar bahwa kontak dengan pedofil dilakukan melalui internet (media sosial) (Luthfia, 2015). Meningkatnya arus informasi seringkali tidak diiringi oleh peningkatan literasi media. Hal ini menimbulkan kerentanan terhadap hoaks dan polarisasi opini di masyarakat (Nugroho et al., 2012). Di era *post-truth*, penyebaran informasi palsu atau hoax semakin marak. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan menyebarkan informasi, rendahnya literasi digital, dan peningkatan polarisasi sosial (Bustami, 2024).

Berbagai penelitian terakhir memperlihatkan bahwa teknologi khususnya internet menciptakan dampak negatif yang begitu besar. Oleh karena itu, peneliti-peneliti komunikasi sepakat bahwa literasi media sangat dibutuhkan untuk mencegah dampak tersebut (Limilia, 2019). Meskipun kemajuan teknologi telah memberikan akses informasi yang luas, namun tingkat literasi di Indonesia masih rendah, terutama dalam hal minat baca. Faktor internal seperti kurangnya minat baca dan motivasi, serta faktor eksternal seperti lingkungan keluarga yang kurang mendukung, menjadi penyebab utama rendahnya tingkat literasi (Putri, 2024). Selain itu, masih rendahnya tingkat literasi informasi di kalangan peserta didik berdampak maraknya penjiplakan terhadap karya cipta (Kurnianingsih, 2017).

Literasi media merupakan kemampuan khalayak terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Gerakan literasi media dikenal juga dengan istilah “melek” media yang dirancang untuk meningkatkan kontrol individu terhadap media yang digunakan (Lestari, 2020). literasi media di kalangan remaja berada pada tahapan awal, dimana mereka memiliki kemampuan berupa pengenalan media, terutama efek positif dan negatif yang potensial diberikan oleh media (Fitryarini, 2016).

Pendidikan formal yang lebih baik, kerjasama multi-sektor, serta pengembangan platform pembelajaran daring dan kampanye edukasi media yang relevan dapat diusulkan sebagai langkah-langkah untuk meningkatkan literasi media. Dengan meningkatkan keterampilan berpikir kritis dan penggunaan media secara bijaksana, diharapkan remaja dapat mengakses informasi dengan lebih efektif dan membuat keputusan yang lebih baik (Ryanda, 2024). Literasi digital yang baik dapat meningkatkan kemampuan pengguna media sosial dalam mengenali dan melawan ujaran kebencian. Oleh karena itu, pendidikan literasi digital dalam kurikulum dan program pendidikan yang menargetkan pengguna internet merupakan hal yang sangat penting (Andriani, 2024).

Melalui media literasi digital, masyarakat dapat menyuarakan perspektif dan opini dengan mempertimbangkan aspek kelayakan tanpa harus merugikan pihak lain. Pemberdayaan masyarakat di masa Era Globalisasi untuk selalu menerapkan literasi Digital agar mampu menghadapi pesatnya perkembangan dimasa yang akan datang (Ginting, dkk, 2021). Sementara itu, selaras dengan berkembangnya teknologi dan akses terhadap informasi yang semakin mudah untuk didapatkan, kompetensi dalam literasi digital menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan, agar manusia lebih bijak dalam menyikapi penggunaan teknologi (Fajri, dkk, 2023).

Refleksi atas praktik industri komunikasi di Indonesia mengungkap sejumlah persoalan struktural dan kultural. Meskipun transformasi digital memberikan peluang besar bagi partisipasi publik dan efisiensi komunikasi, tantangan serius seperti bias kepemilikan media, rendahnya etika profesional, dan minimnya literasi media tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan multi-level dalam mengatasi persoalan ini.

Transformasi digital telah secara fundamental mengubah lanskap industri komunikasi di Indonesia. Kemajuan teknologi informasi tidak hanya mempercepat arus informasi dan memperluas jangkauan komunikasi, tetapi juga mentransformasi struktur produksi pesan: dari dominasi institusi media menjadi terbuka bagi individu melalui platform digital. Fenomena ini membuka ruang bagi partisipasi publik yang lebih luas dalam wacana sosial-politik serta demokratisasi media.

Kendati demikian, refleksi kritis terhadap praktik industri komunikasi menunjukkan bahwa transformasi ini juga menyisakan berbagai problematika serius. Pertama, dominasi ekonomi politik dalam kepemilikan media di Indonesia mengarah pada komersialisasi konten dan afiliasi politik yang kuat. Hal ini berpotensi mereduksi fungsi media sebagai penyampai informasi netral dan memperlemah independensi jurnalisme. Komunikasi cenderung dikendalikan oleh kepentingan elite ekonomi dan politik, bukan kepentingan publik.

Kedua, etika dan profesionalisme dalam industri komunikasi masih lemah. Praktik komunikasi, termasuk dalam jurnalistik dan humas, sering kali tunduk pada logika pasar, mengabaikan tanggung jawab sosial dan nilai-nilai etika komunikasi. Kebebasan pers yang seharusnya menjadi pilar demokrasi justru sering dimanfaatkan untuk kepentingan kelompok tertentu, tanpa akuntabilitas yang memadai.

Ketiga, literasi media masyarakat—terutama generasi muda—masih pada tahap dasar. Meskipun akses internet meluas, kemampuan untuk memahami, menyaring, dan

mengevaluasi informasi masih rendah. Ini menjadikan publik sangat rentan terhadap disinformasi, polarisasi opini, ujaran kebencian, dan manipulasi digital lainnya. Sementara itu, pendidikan komunikasi di perguruan tinggi belum sepenuhnya mengatasi kesenjangan ini secara struktural dan kurikuler. Keempat, tanggung jawab sosial, terutama dalam bentuk *corporate digital responsibility*, belum diadopsi secara sistemik oleh pelaku industri. Banyak perusahaan belum mengintegrasikan prinsip-prinsip etika, keadilan digital, dan keberlanjutan dalam komunikasi digital mereka. Hal ini diperparah oleh minimnya regulasi dan infrastruktur hukum yang mengatur tanggung jawab digital secara eksplisit.

Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital dalam industri komunikasi Indonesia belum disertai dengan transformasi nilai yang seimbang. Dominasi teknologi tanpa kesadaran etika, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial akan memperkuat ketimpangan informasi dan menghambat terwujudnya masyarakat komunikasi yang demokratis, kritis, dan berdaya.

Reformasi Regulasi Media dan Komunikasi Digital

Reformasi regulasi media harus diarahkan untuk menciptakan lanskap komunikasi yang lebih demokratis, inklusif, dan etis. Regulasi perlu memberikan perhatian serius terhadap aspek keberagaman kepemilikan, otonomi editorial, transparansi algoritma distribusi konten, dan tanggung jawab sosial dari pelaku industri komunikasi, baik yang berbasis media tradisional maupun digital. Reformasi ini bukan hanya tentang memperbarui norma hukum, tetapi juga membentuk kerangka kerja yang mengakui realitas baru komunikasi lintas platform serta memperkuat posisi publik sebagai subjek, bukan sekadar objek informasi.

Reformasi juga perlu menyesuaikan diri dengan prinsip keadilan informasi—bahwa semua warga negara memiliki hak yang sama untuk mengakses informasi yang bebas dari mani-

pulasi, bias ekonomi, atau tekanan politik. Dalam kerangka ini, negara berkewajiban menciptakan sistem regulasi yang tidak hanya menjamin kebebasan berekspresi, tetapi juga melindungi hak publik atas informasi yang akurat, berimbang, dan bertanggung jawab.

Dengan kerangka regulasi yang kuat, relevan, dan berpihak pada kepentingan publik, transformasi digital dapat menjadi peluang besar bagi demokratisasi komunikasi. Tanpa reformasi ini, digitalisasi justru berisiko memperkuat monopoli informasi, memperlebar kesenjangan partisipasi, dan menurunkan kualitas demokrasi di Indonesia.

Penguatan Pendidikan Etika dan Profesionalisme Komunikasi

Dalam konteks industri komunikasi yang terus berkembang, penguatan dimensi etika dan profesionalisme menjadi aspek krusial untuk menciptakan praktik komunikasi yang tidak hanya canggih secara teknologi, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial. Transformasi digital telah mengubah logika kerja media dan komunikasi: informasi diproduksi dan disebarluaskan secara masif dalam hitungan detik, oleh siapa saja, tanpa proses penyuntingan dan verifikasi yang ketat sebagaimana berlaku dalam jurnalisme tradisional. Akibatnya, muncul fenomena degradasi nilai profesionalisme dan lemahnya kesadaran etika, baik di kalangan jurnalis, praktisi komunikasi, maupun masyarakat umum sebagai pengguna media.

Penguatan etika komunikasi juga tidak bisa dilepaskan dari pembangunan karakter dan integritas profesional. Seorang praktisi komunikasi yang memiliki kesadaran etis tidak hanya bekerja berdasarkan aturan, tetapi juga atas dasar komitmen moral terhadap kebenaran, keadilan, dan kemanusiaan. Oleh karena itu, pendidikan komunikasi yang transformatif harus diarahkan untuk mencetak insan komunikasi yang tidak hanya kompeten dalam keterampilan teknis,

tetapi juga matang secara etika dan bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya.

Tanpa integrasi nilai-nilai etika dan profesionalisme secara mendalam, transformasi digital dalam industri komunikasi akan terus menjadi instrumen kekuasaan yang tidak berpihak pada publik. Maka, pendidikan komunikasi perlu menjadi ruang pembentukan nalar kritis dan kepekaan moral agar dunia komunikasi digital ke depan tidak hanya cerdas, tetapi juga manusiawi.

Literasi Media dan Literasi Digital Nasional

Di tengah derasnya arus informasi dan pesatnya perkembangan teknologi digital, kemampuan masyarakat untuk memahami, menyaring, dan memanfaatkan informasi secara bijak menjadi kebutuhan mendesak. Literasi media dan literasi digital bukan lagi sekadar kemampuan teknis menggunakan perangkat digital atau mengakses media sosial, tetapi mencakup keterampilan berpikir kritis, evaluasi sumber informasi, pemahaman konteks sosial-politik media, serta kesadaran etis dalam berkomunikasi.

Literasi media bukan hanya soal mengenali media dan format pesan, tetapi juga menyangkut kemampuan untuk memahami ideologi, kepentingan ekonomi-politik di balik media, serta konsekuensi sosial dari pesan yang dikonsumsi atau disebarluaskan. Sementara itu, literasi digital mencakup pemahaman tentang keamanan digital, etika berinteraksi daring, perlindungan data pribadi, hingga kesadaran akan jejak digital yang ditinggalkan.

Dalam ekosistem digital yang semakin kompleks dan terfragmentasi, peran literasi menjadi fondasi bagi terbentuknya masyarakat komunikasi yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab. Literasi media dan digital perlu dikembangkan sebagai kompetensi dasar warga negara, sejajar dengan kemampuan membaca, menulis, dan berhitung. Tanpa kompetensi ini, masyarakat akan semakin mudah dieksploitasi

oleh informasi yang menyesatkan atau digunakan sebagai objek dari kepentingan politik dan ekonomi tertentu.

Selain itu, peningkatan literasi juga menjadi syarat penting untuk menciptakan demokrasi yang sehat dan deliberatif. Warga negara yang melek media dan digital akan lebih mampu berpartisipasi secara bermakna dalam diskusi publik, menuntut akuntabilitas dari pemerintah dan media, serta mengambil keputusan yang berdasar pada informasi yang kredibel. Literasi bukan hanya soal perlindungan diri, melainkan juga bentuk pemberdayaan dan kontrol sosial terhadap praktik komunikasi yang tidak etis atau menyesatkan.

Pembangunan literasi media dan digital yang menyeluruh membutuhkan keterlibatan berbagai pihak—pendidikan formal, komunitas, media massa, dan negara—dalam menciptakan budaya informasi yang sehat dan inklusif. Di tengah revolusi digital yang tidak terhindarkan, literasi adalah benteng utama masyarakat untuk tetap waras, adil, dan berdaulat dalam menghadapi banjir informasi yang kompleks dan tidak selalu ramah.

Referensi

- Alfazri, M & Syahputra, Jaka (2024). Literasi Digital dan Etika Komunikasi dalam Konteks Media Sosial. *Jurnal syiar-syiar* Volume 4 Nomor 2 Edisi Juli 2024 - Desember 2024
- Andriani, Astri D, dkk (2024). Model Komunikasi Literasi Digital dalam Mengatasi Ujaran Kebencian di Media Sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 13, No. 2, December 2024, pp. 439 – 464
- Anggraeni, Sherly D (2020). Dari *Selfish* menuju Perilaku Produktif: Pergeseran Paradigma. *Pengguna Media Sosial*. *Kalijaga Journal of Communication*, Vol. 2, No. 2, 2020: 167-180

- Bustami, dkk (2024). Etika Komunikasi Media Digital di Era Post-Truth Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa, Vol.5 No. 1 (2024)
- Bramasta, Alvin S & Pierewan, Adi C (2023). Intensitas akses media digital dan partisipasi politik di Indonesia: data WVS7 2018, Dimesia: Jurnal Kajian Sosiologi, Volume 12, Number 02, 2023 pp. 99-111
- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., Kreshel, P. J., & Woods, R. H. (2015). *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (10th ed.). Routledge.
- Fajri, Fadlin, dkk (2023). Literasi Digital: Peluang dan Tantangan dalam Membangun Karakter Peserta Didik. Intelegensia: Jurnal Pendidikan Islam, Volume 11, No.01, Tahun 2023, hal.34-46
- Fitryarini, Inda (2016). Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Jurnal Komunikasi, Vol. 8, No. 1, Juli 2016, Hal 51 – 67
- Ginting, Roslinda V.B (2021). Literasi Digital sebagai Wujud Pemberdayaan Masyarakat di Era Globalisasi. Jurnal Pasopati, Vol. 3, No. 2 Tahun 2021
- Gushevinalti, Suminar, Panji & Sunaryanto, Heri (2020). *Transformation of Characteristics Communication Media in Convergence Era*. Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi Vol.6 (No. 1) : 83 - 134 Th. 2020
- Hasfi, Nurul (2019). Komunikasi Politik di Era Digital. POLITIKA, Jurnal Ilmu Politik Vol.10, No.1 (April 2019)
- Hanitzsch, T., & Mellado, C. (2011). What Shapes the News Around the World? *Journalism Studies*, 12(3), 273–293.
- Hanum, Fadillah, dkk (2023). Pengaruh Etika dan Tanggung Jawab Sosial terhadap Pemasaran Global. Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah/Vol. 8, No. 3, 2023

- Harahap, Ahmad FR & Harahap, AM (2023). Peran digitalisasi dalam meningkatkan partisipasi publik pada pengambilan keputusan tata negara. *Jurnal EDUCATIO (Jurnal Pendidikan Indonesia)* Vol.9, No.2, 2023, pp. 769-776
- Hidayat, Eka W (2024). Transformasi Digital Partisipasi Publik dalam Proses Pembuatan Kebijakan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif* Volume 23 Nomor 2
- Hijriani & Nur, Muhammad NA (2024). Kebebasan Pers, Tanggung Jawab dan Etika Jurnalistik dalam Lingkungan Media Online yang Kompetitif. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, Volume 6, Nomor 2, Tahun 2024, halaman 301-314
- Irfan, B & Anirwan (2023). Pelayanan Publik Era Digital: Studi Literatur. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*. Vol.4, No.1 Nopember 2023
- Irianto (2023). Pengaruh Profesionalisme dan Etika Profesi terhadap Budaya Disiplin Mahasiswa. *Jurnal BeduManagers*, Vol.4, No.2, 31 Desember 2023
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Kartiko, ND, dkk (2024). Peran Koneksi Politik Dalam Keberpihakan Media: Kerangka Hukum Mendorong Transparansi Media Di Indonesia. *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum*, Volume 5 Nomor 2, Juni – September 2024: Page 163-174
- Kurnianingsih, Indah, dkk (2017). Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 1, September 2017.
- Lestari, Christina A, dkk (2020). Kecakapan Literasi Media di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 18 Nomor 1, April 2020, halaman 48-62

- Limilia, Putri & Nindi A (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan. Sistematis, Jurnal KOMUNIKATIF Vol. 8 No. 2 Desember 2019
- Lubis, Ira AR, dkk (2022). Politik Digital: Manifestasi Komunikasi di Era Digital. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi 6, 1 (2022) 193-206
- Luthfia, Amia (2015). Pendidikan Literasi Media untuk Menghadapi Risiko Online dan Jaringan Komunikasi Remaja di Internet. CommLine, Vol. VI, No. 2, 2015
- Mannayong, Jumalia, dkk (2024). Transformasi Digital dan Partisipasi Masyarakat: Mewujudkan Keterlibatan Publik yang Lebih Aktif. Jurnal Administrasi Publik. Volume XX (1) 2024: 51-72
- Manik, Samuel P (2024). Strategi Transformasi Digital dalam Tata Kelola Pemerintahan: Studi pada Kementerian Keuangan. Brilliant: Jurnal Riset dan Konseptual Vol. 9, No. 1, February 2024 pp. 1-16
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Media Ownership Monitor Indonesia. (2017). *Who Owns the Media in Indonesia?*. Jakarta: AJI & Reporters Without Borders.
- Morissan. (2013). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Muhaini, dkk (2024). Etika Profesi dan Profesionalisme. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Oktober 2024, 10 (20), 530-536
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia*. CIPG.
- Oktaviani, Elma, dkk (2023). Transformasi Digital dan Strategi Manajemen. Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis

- Pangandaheng, Fony, dkk (2022). Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur pada Sektor Bisnis dan Pemerintahan. *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 2 April 2022, Hal. 1106-1115
- Permana, Rangga S.M (2022). Ekonomi Politik Media dalam Perspektif Komunikasi dan Sosial-Budaya. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, Vol. 4, No. 2, Juni 2022: 238-243
- Putri, Nabila S, dkk (2024). Transformasi melalui Literasi Digital: Peran Generasi Muda dalam Mewujudkan SDGs dan Daya Saing Global, *Jurnal Indopedia (Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan)* Volume 2, Nomor 2, Juni 2024
- Rahmi, Siti, dkk (2024). Etika Profesional dan Tanggung Jawab Ilmuwan dalam Kajian Profetik. *An-Nur: Jurnal Studi Islam*, Vol. 16 No. 1 (2024)
- Romadhona, Harri, dkk (2023). Transformasi Sosial dan Perubahan Politik di Era Digital Serta Dampaknya terhadap Partisipasi Kewarganegaraan. *Jurnal Greenation Sosial dan Politik*, Vol. 1, No. 3, Agustus - Oktober 2023
- Ryanda, M (2024). Strategi Peningkatan Literasi Media pada Gen Z di Indonesia. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik*, (2024), 1 (7): 88-95
- Saragih, Eerick, dkk (2023). Era Disrupsi Digital pada Perkembangan Teknologi di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*. Vol. 2 No. 4 December 2023. Hal 141-149
- Sirait, Ferdinand ET (2022). Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Industri Teknologi Komunikasi di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora* Volume 6, Number 1, Tahun 2022, pp. 132-139

- Sobon, Kosmas (2018). Konsep Tanggung Jawab dalam Filsafat Emmanuel Levinas. *Jurnal Filsafat*, Vol. 28, No. 1 (2018), p. 47-73
- Solihin (2023). Tanggung Jawab Digital Perusahaan di Indonesia: Sebuah Tinjauan Konseptual. *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*, Volume 3 Nomor 2 (2023)
- Suhaila, Laila A (2021). Pelanggaran Moral dan Etika Profesi Guru Berdampak dalam Lingkungan Pendidikan. *JPP Vol 38, No 2 (2021): October 2021*
- Waluyo, Djoko (2019). Pemahaman dan Praktik Komunikasi Politik Indonesia di Era Digital. *Jurnal Diakom | Vol. 2 No. 2, Desember 2019: 167-175*
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe.
- Wiriany, Detya, dkk (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, Oktober 2022; 8 (2)
- Zahrah, F & Dwiputra, R (2023). Digital Citizens: Efforts to Accelerate Digital Transformation. *JSKP: Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 1–11
- Zubaidi, Ahmad, dkk (2020). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik: Studi pada Tirto.id di Yogyakarta. *Kawistara*, Vol. 10, No. 1, 22 April 2020: 77-88

BIOGRAFI PENULIS



Nur Kholisoh adalah dosen tetap pada Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Setelah lulus strata satu di FIKOM Universitas Prof. Dr. Moestopo (B), Ia melanjutkan program Magister dan Doktoral di Universitas Indonesia dalam bidang ilmu komunikasi. Pada 22 Desember 2023 Ia menerima gelar Guru Besar (Profesor) dari Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi RI.

Ada beberapa karya ilmiahnya yang telah dipublikasikan, antara lain: Buku yang berjudul “Demokrasi Aja Kok Repot – Retorika Politik Gus Dur dalam Proses Demokrasi di Indonesia”, dan beberapa artikel di jurnal terindeks SCOPUS, antara lain: “*Shaping Radical Attitudes: Mass Media and Government Policies Analysis*” (Case Study in High School Students of West Jakarta), “*Neuroscience in Prabowo-Sandiaga’s campaign in the 2019 Indonesian Presidential Election*” dan “*Political Communication of Ahok in Demolishing Slums to Normalise River Ciliwung in Jakarta*”. Selain itu, juga ada beberapa artikelnya yang juga dimuat di jurnal nasional bereputasi, yaitu : “*The Influence of Political Messages in New Media to Political Awareness and Its Impact on the Political Participation of Millennial Generation*”, “Model Komunikasi Kelompok tentang Makna Pernikahan Antargenerasi di Kalangan Kelas Mengengah”, dan “*The Role of Spin Doctor in Political Communications to Win the Most Votes*”



MEMBACA ULANG MERDEKA BELAJAR, MENGOKOHKAN KAMPUS YANG MERDEKA: REFLEKSI MBKM DALAM MEMPERKUAT CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN ILMU KOMUNIKASI

Wisnu Widjanarko¹, Fitria Ayuningtyas²,
Yulianti³

¹Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto,

²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,

³Universitas Bengkulu

wisnuwidjanarko@unsoed.ac.id, fitria.irwanto@upnvj.ac.id,

yulianti@unib.ac.id

Program MBKM adalah singkatan dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka, yaitu sebuah inovasi yang dibuat oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) untuk menghasilkan lulusan perguruan tinggi yang siap menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia kerja, dan kemajuan teknologi yang pesat (Tri, 2024). Adapun landasan dari program ini yaitu Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Program MKBKM ini merupakan program persiapan karir yang komprehensif untuk mempersiapkan generasi terbaik Indonesia. Kampus Merdeka adalah bagian dari kebijakan Merdeka Belajar oleh

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek) yang memberikan seluruh mahasiswa kesempatan untuk mengasah kemampuan sesuai bakat dan minat dengan terjun langsung ke dunia kerja sebagai langkah persiapan karir (Diktiristek, 2024).

Program MBKM diluncurkan pada akhir Januari 2020 dan sudah diikuti oleh lebih dari 725.000 mahasiswa dari 1.300 perguruan tinggi di Indonesia. Adapun tujuan dari MBKM adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan mutu lulusan perguruan tinggi. Lulusan perguruan tinggi yang berkualitas adalah lulusan yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Melalui program MBKM, mahasiswa akan mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan kompetensinya di bidang yang mereka minati, baik di dalam maupun di luar kampus.
2. Meningkatkan relevansi pendidikan tinggi dengan kebutuhan dunia kerja. Dunia kerja terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Melalui program MBKM, mahasiswa akan mendapatkan kesempatan untuk belajar tentang dunia kerja secara langsung, sehingga mereka dapat mempersiapkan diri dengan lebih baik untuk memasuki dunia kerja.
3. Meningkatkan mobilitas mahasiswa. Mobilitas mahasiswa adalah salah satu faktor yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan tinggi. Melalui program MBKM, mahasiswa akan mendapatkan kesempatan untuk belajar di luar kampus, baik di dalam maupun di luar negeri. Hal ini akan membantu mereka untuk mengembangkan wawasan dan pengalamannya.
4. Mengembangkan kemandirian mahasiswa. Kemandirian mahasiswa adalah salah satu hal yang penting untuk dimiliki oleh lulusan perguruan tinggi. Melalui program MBKM, mahasiswa akan mendapatkan kesempatan untuk belajar mengelola diri dan mengambil keputusan sendiri (Diktiristek, 2024).

Ada banyak manfaat yang didapatkan jika mengikuti program MBKM, yaitu:

1. Mendapat pengalaman kerja nyata. Pengalaman kerja nyata adalah salah satu hal yang paling penting untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja. Melalui program MBKM, kamu dapat mendapatkan pengalaman kerja nyata di dunia industri, dunia pendidikan, atau organisasi sosial.
2. Meningkatkan *soft skills* dan *hard skills*. Program MBKM memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan *soft skills* dan *hard skills* yang dibutuhkan di dunia kerja. *Soft skills*, seperti komunikasi, kerja sama, dan kepemimpinan, menjadi semakin penting di dunia kerja yang semakin kompetitif.
3. Memperluas wawasan dan pengetahuan. Selain itu, program MBKM memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mereka. Mahasiswa dapat belajar tentang berbagai bidang ilmu dan budaya yang baru.
4. Mengembangkan minat dan bakat. Program MBKM juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengeksplorasi minat dan bakat mereka. Dengan begitu, mahasiswa dapat menemukan passion mereka dan mengembangkannya.
5. Meningkatkan peluang kerja. Mahasiswa yang mengikuti program MBKM memiliki peluang kerja yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa yang tidak mengikuti program MBKM. Hal ini karena mahasiswa yang mengikuti program MBKM memiliki pengalaman kerja nyata, *soft skills* dan *hard skills* yang terampil, serta wawasan dan pengetahuan yang luas.

Ada delapan plus satu program yang tersedia dalam Kampus Merdeka (MBKM), diantaranya:

1. Magang. Magang adalah program yang paling populer dalam Kampus Merdeka (MBKM). Melalui magang, mahasiswa dapat mendapatkan pengalaman kerja nyata di dunia industri. Mahasiswa dapat belajar tentang keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan di dunia kerja, serta mengembangkan *soft skills* mereka. Magang ini merupakan

yang paling banyak peminatnya di antara program-program lainnya.

2. Pertukaran pelajar. Kedua, ada program pertukaran pelajar. Pertukaran pelajar adalah program yang memungkinkan mahasiswa untuk belajar di perguruan tinggi di luar negeri atau di dalam negeri. Melalui program ini, mahasiswa dapat memperluas wawasan dan pengetahuan mereka, serta belajar tentang budaya dan bahasa yang baru.
3. Asisten mengajar di satuan pendidikan. Asisten mengajar di satuan pendidikan adalah program yang memungkinkan mahasiswa untuk menjadi asisten guru di sekolah. Melalui program ini, mahasiswa dapat belajar tentang dunia pendidikan, serta mengembangkan *soft skills* mereka, seperti komunikasi, kerjasama, dan kepemimpinan.
4. Penelitian atau riset. Kampus Merdeka (MBKM) juga menyediakan program penelitian atau riset yang memungkinkan mahasiswa untuk melakukan penelitian atau riset di laboratorium atau lembaga riset. Melalui program ini, mahasiswa dapat belajar tentang metode penelitian dan pengembangan, serta mengembangkan *soft skills* mereka, seperti berpikir kritis dan *problem solving*.
5. Proyek kemanusiaan. Program lain yang tersedia dalam Kampus Merdeka (MBKM) adalah proyek kemanusiaan yang memungkinkan mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan kemanusiaan. Melalui program ini, mahasiswa dapat mengembangkan *soft skills* mereka, seperti empati, solidaritas, dan kerja sama.
6. Kegiatan wirausaha. Berikutnya ada program kegiatan wirausaha yang memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan usahanya. Melalui program ini, mahasiswa dapat belajar tentang dunia wirausaha, serta mengembangkan *soft skills* mereka, seperti kreativitas, inovasi, dan resiliensi.
7. Studi atau proyek independen. Studi atau proyek independen adalah salah satu program MBKM yang memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan sebuah proyek berdasarkan topik sosial khusus. Melalui program ini, mahasiswa dapat belajar tentang masalah sosial yang ada di masyarakat, serta mengembangkan *soft skills* mereka,

seperti analisis dan pemecahan masalah.

8. Membangun Desa (Kuliah Kerja Nyata Tematik). Terakhir, adaprogram Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar dan mengabdikan di desa. Melalui KKNT, mahasiswa dapat langsung merasakan kehidupan masyarakat desa, mengidentifikasi potensi desa, dan membantu menyelesaikan berbagai masalah yang terjadi di desa.
9. Dan yang terakhir yaitu Komcad atau Komponen Cadangan. Dikutip dari laman PPID.Kemhan.go.id, merujuk UU NO 23 Tahun 2019 tentang pengelolaan sumber daya nasional untuk pertahanan negara, Komcad atau Komponen Cadangan adalah sumber daya nasional yang telah disiapkan untuk dikerahkan melalui mobilisasi guna memperkuat kekuatan dan kemampuan komponen utama (TNI) (Diktiristek, 2024; Kemendikbud, 2021; Purba, 2021).

Syarat dari mengikuti program ini yaitu minimal harus sudah melewati semester 4 sehingga kegiatan ini dapat diikuti oleh mahasiswa semester 5, 6 dan 7 walaupun implementasi di lapangan setiap universitas pastinya memiliki kebijakan masing-masing yang disesuaikan dengan Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) masing-masing. Secara keseluruhan, hadirnya MBKM bertujuan untuk menciptakan ekosistem pendidikan tinggi yang lebih dinamis, adaptif, dan responsif terhadap perubahan zaman, serta lebih berorientasi pada pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas.

Perspektif Ideal MBKM

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan kebijakan pendidikan tinggi yang dicanangkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nadiem Makarim, pada tahun 2020. MBKM, belajar di luar Prodi dapat diibaratkan seperti "belajar di lautan lepas". Kombinasi kegiatan pembelajaran mahasiswa jenjang S1 di luar kampus

sepenuhnya diserahkan untuk diatur oleh masing-masing pengelola perguruan tinggi dalam hal ini adalah Rektor Perguruan Tinggi tempat mahasiswa berkuliah. MBKM mendorong mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman baru di luar kelas untuk mencari pengalaman baru. Pembelajaran di luar prodi dilakukan guna mendorong pengembangan sikap adaptif mahasiswa menghadapi dunia pasca kuliah.

Kebijakan MBKM bertujuan untuk memberikan otonomi lebih kepada perguruan tinggi dan mahasiswa dalam mengatur pembelajarannya. Otonomi yang dimaksud adalah kemerdekaan yang bertanggung jawab. Perguruan tinggi didorong untuk merancang kurikulum dan metode pembelajaran yang inovatif, relevan dengan kebutuhan zaman, dan berpusat pada mahasiswa. Mahasiswa diberikan keleluasaan untuk mengeksplorasi diri dan mengembangkan potensi mereka. Mereka tidak lagi terkungkung dalam ruang kelas yang monoton, melainkan didorong untuk belajar di luar tembok kampus, berinteraksi dengan dunia nyata, dan mengasah berbagai kompetensi yang dibutuhkan di era disrupsi ini.

Implementasi ideal MBKM membutuhkan kolaborasi dan sinergi dari berbagai pihak, mulai dari pemerintah, perguruan tinggi, dosen, hingga mahasiswa. MBKM memiliki beberapa program unggulan, antara lain:

- 1. Kampus Merdeka:** Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengambil mata kuliah di luar program studinya, baik di perguruan tinggi lain, di luar negeri, maupun di dunia industri. Ada 8 (delapan) dan 1 (satu) Program Kampus Merdeka yang bisa diikuti oleh mahasiswa yakni: magang merdeka, pertukaran pelajar, asistensi mengajar, penelitian atau riset, proyek kemanusiaan, kegiatan wirausaha, studi atau proyek independen, KKN tematik. Ditambah satu kegiatan lagi yakni komponen cadangan seperti yang telah dijelaskan di awal.
- 2. Kegiatan Belajar Mengajar (KBM):** Program ini memberikan fleksibilitas kepada perguruan tinggi dalam merancang kurikulum dan metode pembelajarannya.

- 3. Rekognisi Hasil Belajar (RHB):** Program ini memberikan pengakuan atas hasil belajar mahasiswa yang diperoleh dari berbagai sumber, baik di dalam maupun di luar perguruan tinggi.

MBKM diharapkan dapat menghasilkan lulusan yang lebih siap menghadapi dunia kerja dengan memiliki berbagai kompetensi yang dibutuhkan, seperti: Kemampuan memecahkan masalah, Kemampuan berkolaborasi, Kemampuan berkomunikasi, Kemampuan berpikir kritis dan Keterampilan digital.

MBKM idealnya dapat diimplementasikan dengan memperhatikan beberapa hal berikut:

- 1. Perguruan tinggi harus siap:** Perguruan tinggi harus siap dalam hal infrastruktur, sumber daya manusia, dan kurikulum untuk mendukung pelaksanaan MBKM.
- 2. Mahasiswa harus aktif:** Mahasiswa harus aktif dalam mencari informasi dan peluang yang tersedia dalam program MBKM.
- 3. Pemerintah harus memberikan dukungan:** Pemerintah harus memberikan dukungan pendanaan dan regulasi yang diperlukan untuk kelancaran pelaksanaan MBKM (Kemendikbud, 2021).

MBKM merupakan kebijakan yang berpotensi untuk meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di Indonesia. Namun, untuk mencapai perspektif ideal, diperlukan komitmen dan kerjasama dari semua pihak, baik perguruan tinggi, mahasiswa, maupun pemerintah. MBKM bukan sekedar program, melainkan sebuah filosofi pendidikan yang menjunjung tinggi kemerdekaan dan tanggung jawab. Untuk mewujudkannya, diperlukan beberapa langkah strategis, di antaranya:

Perguruan Tinggi yang Adaptif dan Responsif: Perguruan tinggi harus berbenah diri, bertransformasi menjadi institusi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan zaman.

Kurikulum dan metode pembelajaran perlu diperbarui, infrastruktur dan teknologi harus ditingkatkan, serta sumber daya manusia perlu diperkuat.

Mahasiswa yang Aktif dan Kreatif: Mahasiswa tidak lagi menjadi objek pasif dalam proses pembelajaran, melainkan agen aktif yang mengendalikan perjalanan belajar mereka. Diperlukan jiwa kreatif, inovatif, dan proaktif dari para mahasiswa untuk memanfaatkan peluang yang disediakan oleh MBKM.

Pemerintah sebagai Fasilitator dan Pendukung: Peran pemerintah sangatlah penting dalam menyediakan regulasi yang mendukung, infrastruktur yang memadai, dan pendanaan yang memadai untuk kelancaran pelaksanaan MBKM (Kemendikbud, 2021).

MBKM bukan sekadar program jangka pendek, melainkan sebuah lompatan besar untuk mengantarkan pendidikan tinggi Indonesia menuju masa depan yang gemilang. Dengan komitmen dan kerja sama dari semua pihak, MBKM diharapkan dapat melahirkan generasi muda yang cakap, kreatif, inovatif, dan siap menghadapi tantangan global. Penting untuk diingat bahwa MBKM bukan solusi instan untuk semua permasalahan pendidikan tinggi di Indonesia. Diperlukan upaya berkelanjutan dan komitmen jangka panjang dari semua pihak untuk mencapai tujuan MBKM.

Melalui Merdeka Belajar Kampus Merdeka, setiap mahasiswa memiliki rencana masa depannya masing-masing. Hal ini tidak bisa diseragamkan dalam kerangka yang sempit melalui kurikulum yang sangat rigid dari ruang kelas dan laboratorium semata. “Kampus menjadi fasilitator bagi mahasiswa memperluas cakrawala dan ruang belajar sesuai dengan minat serta bakat masing-masing mahasiswa. Spirit inilah yang menjiwai Merdeka Belajar: Kampus Merdeka”. Selama ini tidak ada jembatan penghubung antara kebutuhan dunia kerja dengan perguruan tinggi, masing-masing berjalan sendiri. Perguruan tinggi dengan pelaksanaan tri dharma, sedangkan dunia kerja dengan orientasi ekonomi

produktivitasnya. “Di sinilah kebijakan MBKM mengambil peran menciptakan *link and match* dan menjadi mata rantai penghubung antara perguruan tinggi dengan kebutuhan dunia kerja,”. Perguruan tinggi harus melibatkan industri dan dunia usaha dalam proses perumusan dan pembentukan *learning outcome*. Dengan Langkah ini dapat dipastikan bahwa lulusan perguruan tinggi jauh akan siap menghadapi dunia kerja maupun menciptakan lapangan kerja secara mandiri, dan tangguh menghadapi masa depan” (Humas UM Metro, 2021).

Dinamika Implementasi MBKM

MBKM sebagai sebuah kebijakan tentunya berangkat dari situasi di mana adanya kesenjangan antara kompetensi yang dibutuhkan di industri, dunia usaha dan kerja dengan kualifikasi yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan, termasuk diantaranya adalah dunia kerja komunikasi. Industri komunikasi yang saat ini begitu dinamis dan kompetitif, membutuhkan tenaga profesional yang diharapkan langsung adaptif dengan aktivitas pekerjaannya. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama praktisi selama berinteraksi dalam konteks pengelolaan MBKM, maka yang hal-hal paling diharapkan dari lulusan perguruan tinggi adalah: 1) kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika dunia kerja; 2) kemampuan dalam menghasilkan kebaruan ide dan gagasan, dan 3) kemampuan menghasilkan karya. Oleh karenanya, memberikan kesempatan ‘merasakan’ atmosfer kerja dalam konteks dalam aktivitas perkuliahan, sesungguhnya menjadi jiwa sekaligus pilar ber-MBKM di mana pengalaman tersebut direkognisi sebagai pengalaman belajar yang terintegrasi dalam proses belajar formal di kampus.

Namun demikian, aspek rekognisi pengalaman belajar dalam kegiatan MBKM justru yang menjadi dinamika tersendiri, khususnya bagi pengelola program studi. Sejumlah faktor menjadi penyebabnya, namun secara khusus terdapat empat hal yang menjadi perhatian tersendiri, yakni :

1. Besaran Kredit Rekognisi

Bagi program studi yang berada di bawah pengelolaan kementerian pendidikan dan kebudayaan, aktivitas MBKM dihitung sebagai indikator kinerja dengan kewajiban pengakuan 20 sks dalam satu semester dan hanya boleh maksimal 2 kali mengikuti program ini. Dalam konteks ini, MBKM memiliki dua sisi yang saling bertolak belakang dalam implementasi. Satu sisi, dia dimaknai sebagai fasilitasi hak bagi mahasiswa yang memiliki kapasitas dan/atau minat serta bakat yang dapat diartikulasikan dalam kerangka pembelajaran di luar kampus. Namun, tidak dapat dipungkiri, di sisi lain dia menjadi bagian dari penilaian kinerja institusi, di mana kuantitas keikutsertaan mahasiswa dalam pembelajaran di luar kampus menjadi sebuah penilaian prestasi tersendiri.

Hal yang menjadi diskusi tersendiri di kalangan pengelola program studi bukanlah pada kemanfaatan program MBKM, namun beban rekognisi yang terlalu besar, di mana 20 sks tersebut sangat erat kaitannya dengan mekanisme proses capaian pembelajaran yang sudah ditetapkan program studi, termasuk penataan sumber daya manusia yang mengajar pada suatu mata kuliah tertentu.

Akar permasalahan yang sering kali muncul dan menjadi topik diskusi yang hangat di kalangan pengelola program studi diantaranya: 1) ketidakjelasan Standar dan Mekanisme Rekognisi di tingkat nasional dan Perguruan Tinggi memicu kebingungan dan perbedaan interpretasi di kalangan program studi, 2) penetapan besaran kredit rekognisi yang tidak objektif dan proporsional, 3) potensi ketidaksetaraan dan ketidakadilan dalam penilaian kredit rekognisi antar program studi, terutama bagi program studi dengan tingkat kesulitan dan kompleksitas yang berbeda. Misalnya saja dalam pelaksanaan program kampus mengajar.

Program ini mungkin hanya bisa di recognisi bagi program studi-program studi di fakultas keguruan yang memang capaian pembelajaran lulusannya adalah mengajar. Lain halnya dengan program studi lain diluar fakultas keguruan.

Pertentangan dan perdebatan di kalangan program studi terkait penetapan besaran kredit rekognisi MBKM merupakan permasalahan yang perlu diatasi dengan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan. Oleh karena itu perlu adanya penetapan standar nasional yang jelas serta mekanisme rekognisi yang lebih fleksibel.

2. Keragaman Struktur Kurikulum

Meskipun secara keilmuan telah disepakati bahan kajian melalui asosiasi, namun pada tataran pelaksanaan, pemosisian bahan kajian/ mata kuliah pada struktur kurikulum sangatlah beragam. Hal ini berdampak pada situasi di mana konversi atau pengakuan mata kuliah menjadi tidak mudah. Tidak selalu 20 sks setara dengan mata kuliah yang tersedia pada semester berjalan. Kerap kali aktivitas di MBKM – khususnya magang atau studi independen– bila dipadankan dengan mata kuliah yang sesuai, itu terdistribusi pada sejumlah semester dan tidak selalu sama-sama pada posisi semester ganjil/ genap semua. Hal ini juga menjadi dinamika tersendiri, karena keberadaan kurikulum sudah ditetapkan sebelum adanya kebijakan MBKM dan telah melalui proses penyusunan yang kompleks. Sehingga, program studi menjadi mempertimbangkan kembali untuk memfasilitasi mahasiswa, karena aspek administrasi akademiknya alih-alih substansi pembelajarannya.

3. Standar Mitra dalam Pembelajaran di Luar Kampus

Konsekuensi logis dalam memfasilitasi pembelajaran di luar kampus adalah kualitas mitra yang bekerjasama dengan perguruan tinggi. Mitra yang berkualitas akan memastikan mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar yang bermakna dan bermanfaat. Permasalahan yang dihadapi oleh perguruan tinggi ketika program ini diluncurkan yakni belum ada standar yang ditetapkan mengenai mitra. Oleh karena itu, masing-masing perguruan tinggi dalam hal ini program studi, perlu menetapkan standar mitra yang jelas dan terukur dalam program MBKM. Penetapan standar mitra MBKM yang jelas dan terukur diharapkan akan dapat membantu memastikan mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar yang berkualitas, program MBKM mencapai tujuannya untuk meningkatkan kualitas lulusan program studi, kerjasama antara perguruan tinggi (program studi) dan mitra berjalan dengan efektif dan efisien.

Standar mitra MBKM yang telah ditetapkan oleh program studi harus dikomunikasikan dan disosialisasikan kepada semua pihak yang berkepentingan, termasuk mahasiswa, dosen, PT, dan mitra. Dengan demikian, semua pihak dapat memahami peran dan tanggung jawabnya dalam pelaksanaan program MBKM.

Berdasarkan beberapa pengalaman dalam implementasi program MBKM yang telah dilakukan oleh beberapa perguruan tinggi (program studi), beberapa aspek yang dapat dipertimbangkan dalam menetapkan standar mitra antara lain: Pertama, Kualifikasi dan relevansi mitra dengan capaian pembelajaran (CPL) prodi. Mitra harus memiliki kualifikasi dan reputasi yang baik di bidangnya. Mitra harus memiliki program atau kegiatan yang relevan dengan program studi mahasiswa. Mitra harus memiliki sumber daya

manusia dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung kegiatan pembelajaran mahasiswa. Kedua, Komitmen dan Kerjasama. Mitra harus berkomitmen untuk menyediakan tempat belajar yang kondusif bagi mahasiswa. Mitra harus bersedia bekerja sama dengan perguruan tinggi (program studi) dalam merancang dan melaksanakan program pembelajaran MBKM. Mitra bersedia memberikan bimbingan dan supervisi yang memadai kepada mahasiswa selama mengikuti program MBKM. Ketiga, Mekanisme Evaluasi Hasil Belajar. Mitra dan perguruan tinggi dalam hal ini yaitu program studi harus menyepakati mekanisme pengukuran hasil belajar mahasiswa yang mengikuti program MBKM. Hasil belajar mahasiswa harus dikonversikan ke dalam SKS sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perguruan tinggi (program studi). Mitra harus memberikan dokumentasi yang lengkap tentang kinerja mahasiswa selama mengikuti program MBKM.

Secara teknis pelaksanaannya, standar mitra MBKM dapat bervariasi tergantung pada capaian pembelajaran lulusan (CPL) dan penciri khusus program studi dan jenis kegiatan MBKM. Perguruan tinggi dan program studi harus memiliki fleksibilitas dalam menerapkan standar mitra MBKM dengan tetap memperhatikan kualitas dan kebermanfaatan program MBKM bagi mahasiswa. Monitoring dan evaluasi perlu dilakukan oleh perguruan tinggi (program studi) terhadap kinerja mitra secara berkala. Hasil monitoring dan evaluasi yang telah dilakukan dapat digunakan untuk menyempurnakan program MBKM selanjutnya.

4. Kesesuaian Bentuk Kegiatan Pembelajaran MBKM

Riset yang dilakukan oleh Bidang MBKM PP ASPIKOM pada tahun 2022-2023 menunjukkan bahwa terdapat tiga bentuk kegiatan pembelajaran (BKP)

yang paling diminati oleh mahasiswa, yakni magang di dunia usaha dan dunia industri (80,3 %), pertukaran pelajar/mahasiswa (62,3 %), dan asistensi mengajar di satuan pendidikan (45,1 %). Hal ini sejalan dengan semangat MBKM adalah memberikan ragam opsi pembelajaran yang diselaraskan dengan minat bakat dan potensi yang dimiliki mahasiswa.

Kebijakan transformatif pendidikan tinggi Indonesia melalui model Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi sistem pendidikan yang selama ini telah mapan, termasuk salah satunya adalah rumpun ilmu komunikasi. Riset yang dilakukan oleh Bidang MBKM PP ASPIKOM pada tahun 2022-2023 ini dilakukan pada akhir tahun 2022 dengan pendekatan survei, terhadap 122 pengelola program studi dari perguruan tinggi negeri dan swasta se-Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan : 1) 81,9 % pengelola program studi meyakini program ini membantu mahasiswanya siap untuk berdaya saing setelah lulus; 2) 86,9 % program studi telah memfasilitasi hak mahasiswa untuk belajar di luar kampus dengan model MBKM; 3) Terdapat dinamika persepsi pada pengelola program studi, khususnya terkait dengan konversi kredit mata kuliah dalam konteks capaian pembelajaran. Untuk peningkatan implementasi MBKM, ke depan diperlukan penguatan kerjasama dengan dunia usaha dan industri yang difasilitasi asosiasi program studi dan kesepakatan prosedur operasional baku dalam mekanisme konversi (Widjanarko et al., 2023).

Namun demikian, terdapat dinamikannya tersendiri. Fleksibilitas tersebut selain memudahkan juga punya dampak tersendiri, yakni seringkali mahasiswa memilih bentuk kegiatan dengan tidak berkoordinasi terlebih dahulu dengan program studi atau dosen pembimbing akademiknya. Akibatnya, seringkali

terjadi situasi fetakompli, di mana mereka telah lolos seleksi yang kompetitif di tingkat nasional, namun menjadi merumitkan ketika melapor ke pengelola program studi, karena aspek kesesuaian dengan rekognisi mata kuliahnya kurang selaras. Padahal, hakikatnya semua pengelola akan memfasilitasi dengan mempertimbangkan kesesuaian atau telah terpenuhinya capaian pembelajaran terlebih dahulu.

Contoh Implementasi:

Salah satu program MBKM yang diikuti oleh salah satu kampus negeri ternama di Jawa Tengah, Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) Purwokerto yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN).

Mahasiswa KKN MBKM Unsoed siap bangun “*Smart Fisheries Village*” di Panembangan.

Mahasiswa program Kuliah Kerja Nyata Merdeka Kampus Merdeka (KKN MBKM) Universitas Jenderal Soedirman (Unsoed) Purwokerto siap membangun “*Smart Fisheries Village*” di Desa Panembangan, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Terkait dengan hal itu, Pusat Inkubator Bisnis (PIB) Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Unsoed menggelar pembukaan KKN MBKM yang mengangkat tema Membangun Desa “*Smart Fisheries Village*” di Balai Desa Panembangan. Kegiatan yang akan berlangsung selama empat bulan, mulai Maret hingga Juni 2023 tersebut diikuti oleh 33 mahasiswa dari dua fakultas, yaitu Fakultas Pertanian (Jurusan Agribisnis dan Jurusan Teknologi Pangan) serta Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan (Jurusan Akuakultur). Mahasiswa yang mengikuti KKN tematik akan mendapatkan konversi setara dengan 20 satuan kredit semester (SKS) yang sesuai dengan masing-masing capaian mata kuliah (Sumarwoto, 2023).



Gambar 1. Pelepasan Mahasiswa oleh Wakil Rektor Unsoed Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Dr. Norman Arie Prayogo, S.Pi., M.Si dengan memakaikan jaket almamater kepada perwakilan mahasiswa peserta KKN MBKM di Balai Desa Panembangan, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas, Jumat (10/3/2023). Sumber: (Sumarwoto, 2023)

Adapun contoh implementasi lainnya terkait program MBKM ini datang dari salah satu kampus negeri yang merupakan kampus negeri baru di Jakarta Selatan, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (UPNVJ) yaitu Aktualisasi Bela Negara. UPN Veteran Jakarta merupakan kampus bela negara yang baru saja menjadi negeri pada tahun 2014. Pusat Kajian Bela Negara Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (UPNVJ) menyelenggarakan pembekalan Aktualisasi Bela Negara Merdeka Belajar Kampus Merdeka (ABN MBKM) Angkatan II tahun 2023.

Acara tersebut dilaksanakan pada tanggal 21 sampai 25 Agustus 2023 di Balai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Bidang Bisnis dan Pariwisata (BBPPMPV

Bispar), Sawangan, Depok, Jawa Barat. Adapun total kegiatan keseluruhan untuk program MBKM sebanyak 4 bulan yang dikonversikan sebanyak 20 sks. Acara Aktualisasi Bela Negara dalam rangka Merdeka Belajar Kampus Merdeka ini merupakan kegiatan yang sengaja dibuat oleh UPNVJ untuk menanamkan nilai-nilai Bela Negara bagi mahasiswa (Humas UPNVJ, 2023).



Gambar 2. *Pembukaan pembekalan Aktualisasi Bela Negara Merdeka Belajar Kampus Merdeka (ABN MBKM) Angkatan II tahun 2023 oleh Wakil Rektor bidang Akademik UPNVJ, Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si di Balai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi Bidang Bisnis dan Pariwisata (BBPPMPV Bispar), Sawangan, Depok, Jawa Barat, Senin (21/8/2023). Sumber: (Humas UPNVJ, 2023)*

Rekomendasi

Kebijakan MBKM sebagai upaya percepatan dalam mempersiapkan lulusan perguruan tinggi yang adaptif dan produktif di masyarakat, industri, dunia usaha dan kerja sejatinya memberikan ruang dan waktu yang konstruktif bagi mahasiswa sedini mungkin. Proses pembelajaran di

luar kampus, seperti magang, pertukaran pelajar, asistensi mengajar, riset, kewirausahaan, studi independen, program kemanusiaan, membangun desa hingga bela negara, dalam konteks capaian pembelajaran lulusan ilmu komunikasi tentunya akan memperkuat dan/atau memperkaya kualitas dari profil lulusan tersebut. Peran strategis pemangku kepentingan dalam merancang profil tersebut, sesungguhnya sejak awal telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan pada kurikulum. Hal tersebut terlihat dari adanya kontribusi lulusan dan pengguna lulusan dalam rancang desain kurikulum. MBKM melalui mekanisme rekognisi pembelajaran di luar kampus, menjadi akselerator dan fasilitator mahasiswa dalam proses pencapaian profil tersebut, dengan memberi kesempatan mahasiswa belajar dalam platform yang paling diminati dan/atau selaras dengan minat serta bakat yang dimilikinya.

Namun demikian, sebagai platform baru, tentunya sangat dipahami bahwa dalam pelaksanaannya terdapat dinamika dalam implementasinya, khususnya dalam memastikan pemenuhan capaian pembelajaran lulusan yang telah ditetapkan terpenuhi. Untuk itu, beberapa hal menjadi catatan kritis yang konstruktif sebagai bagian dalam penyempurnaan proses ber-MBKM yang berkelanjutan :

1. Perhitungan Ulang Bobot Rekognisi Pembelajaran di Luar Kampus

Beban 20 SKS dalam 1 semester yang wajib di rekognisi memiliki dampak sistemik terhadap tata kelola penyelenggaraan program studi. Oleh karenanya, besaran rekognisi dalam ber-MBKM harus disesuaikan dengan jenis bentuk kegiatan pembelajaran, keselarasan dengan bahan kajian / mata kuliah yang di rekognisi, dan tetap memberikan pengakuan kepada mahasiswa dalam ber-MBKM meskipun bebannya tidak sampai 20 SKS. Ada pun hak mahasiswa untuk menempuh sampai batas maksimal kredit dapat dipenuhi oleh program studi dengan mekanisme pembelajaran melalui model *e-Learning*

di masing-masing kampus. Mahasiswa sejak awal yang mengikuti kegiatan MBKM akan mengetahui, bahwa untuk kegiatan ber-MBKM ada kemungkinan tidak seluruhnya di rekognisi, sehingga mereka secara mandiri dan bertanggungjawab memilih program ini, sebagaimana program studi akan memfasilitasi proses belajar secara *online / distance learning* secara terintegrasi.

2. Penyelarasan Kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi Berpendekatan *Outcome Based Education (OBE)*

Konsekuensi logis dari interaksi mahasiswa ilmu komunikasi di dunia kerja sebelum lulus atau masih banyak menempuh kredit perkuliahan adalah persepsi mitra dari IDUKA tentang standar kapasitas mahasiswa yang ada. Untuk menghindari kesan membanding-bandingkan kualifikasi mahasiswa antar perguruan tinggi, maka program-program studi ilmu komunikasi yang tergabung dalam ASPIKOM perlu menyepakati pada semester berapa seluruh standar ilmu pengetahuan dan keterampilan telah dikuasai oleh mahasiswa. Selain itu, program studi yang dapat memfasilitasi kegiatan MBKM ke depan harus sudah berbasis pada kurikulum *Outcome Based Education (OBE)* yang ditandai dengan bentuk pembelajaran partisipatif dan kolaboratif yang diselenggarakan di dalam kampus. Melalui pembelajaran berbasis OBE, diharapkan mahasiswa telah terbiasa untuk berorientasi pada menghasilkan ide, gagasan dan karya yang terartikulasikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, industri, dunia usaha dan kerja. Selain itu, perlu dilakukan relaksasi kurikulum tidak hanya dalam bentuk konversi matakuliah, tetapi juga mendesain matakuliah khusus MBKM dengan bobot kredit tertentu.

3. Standarisasi Mitra dalam Pembelajaran di Luar Kampus

Untuk menghindari tidak terpenuhinya capaian pembelajaran mata kuliah dan/atau lulusan, maka

mitra yang dilibatkan dalam proses MBKM harus telah memenuhi kualifikasi yang ditetapkan oleh program studi dan divalidasi oleh unit penjaminan mutu di tingkat UPPS dan perguruan tinggi. Mitra harus memiliki kurikulum / desain proses pembelajaran, sarana dan prasarana pembelajaran yang aman dan kondusif untuk berkegiatan bagi mahasiswa, tutor dan/atau mentor yang memiliki kualifikasi mahir di bidangnya, serta memfasilitasi mahasiswa dalam aktivitas pembelajaran di luar kampus tersebut.

4. Standarisasi Waktu Pelaksanaan dan Bentuk Kegiatan Pembelajaran di Luar Kampus

Mahasiswa yang dapat mengikuti kegiatan pembelajaran di luar kampus terlebih dahulu ditentukan waktunya. Hal ini akan terkait dengan pemenuhan kompetensi utama yang seyogyanya ditetapkan oleh asosiasi. Atau dengan kata lain, ber-MBKM hanya dapat dilaksanakan setelah seluruh mata kuliah wajib terpenuhi. Selain itu, untuk bentuk kegiatan pembelajarannya juga ditetapkan oleh program-program studi, BKP mana saja yang diperbolehkan dalam konteks memenuhi atau BKP mana yang akan memperkaya capaian pembelajaran. Apabila pilihannya adalah dalam rangka pemenuhan capaian pembelajaran, maka bentuk kegiatan pembelajaran tersebut harus secara presisi selaras dengan bahan kajian yang dipelajari di dalam kampus. Namun, bila sifatnya memperkaya, maka bentuk kegiatan pembelajarannya relatif lebih fleksibel dibandingkan yang bersifat pemenuhan.

Referensi

Diktiristek. (2024). *Program dan Kegiatan Unggulan MBKM*. <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/>

- Humas UM Metro. (2021). *Perspektif MBKM dalam Pendidikan Tinggi*. <https://ummetro.ac.id/perspektif-mbkm-dalam-pendidikan-tinggi/>
- Humas UPNVJ. (2023). *UPNVJ Selenggarakan Aktualisasi Bela Negara dalam Rangka MBKM 2023*. www.upnvj.ac.id. <https://www.upnvj.ac.id/id/berita/2023/08/upnvj-selenggarakan-aktualisasi-bela-negara-dalam-rangka-mbkm-2023.html>
- Kemendikbud. (2021). *Panduan Implementasi Kebijakan Kampus Merdeka (MBKM)*. 1–66. <https://lldikti13.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2022/07/Panduan-Implementasi-Kebijakan-Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-MBKM.pdf>
- Purba, D. O. (2021, October). Apa Itu Komcad, Berapa Gajinya, dan Cara Mendaftar. *Www.Kompas.Com*. https://regional.kompas.com/read/2021/10/07/122055878/apa-itu-komcad-berapa-gajinya-dan-cara-mendaftar#google_vignette
- Sumarwoto. (2023, March 13). Mahasiswa KKN MBKM Unsoed siap bangun “Smart Fisheries Village” di Panembangan. <https://jateng.antaranews.com/>. <https://jateng.antaranews.com/berita/486000/mahasiswa-kkn-mbkm-unsoed-siap-bangun-smart-fisheries-village-di-panembangan>
- Tri, A. (2024, January 29). Apa itu MBKM? Tujuan, Manfaat, Program-Program, dan Alur Daftar. *Dunia Kampus*. <https://www.duniakampus.id/mbkm-adalah/>
- Widjanarko, W., Ayuningtyas, F., Yuliati, Adhriati, L., & Bakti Istiyanto, S. (2023). Persepsi Pengelola Program Studi Bidang Ilmu Komunikasi se-Indonesia tentang Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 148–153. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>

BIOGRAFI PENULIS



Wisnu Widjanarko merupakan dosen pada Minat Kehumasan di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNSOED Purwokerto, Jawa Tengah. Meraih gelar kesarjanaan dari Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, selanjutnya dia melanjutkan pendidikan kemagisteran dan doktoralnya di Fakultas Psikologi UI dan Program Pascasarjana UNPAD. Selain melaksanakan tridharma, dia mendapatkan tugas tambah di seputar kehumasan kampus, seperti Humas Admisi, Sekretaris Unit Layanan Terpadu, Sekretaris Rektor dan juga Staf Ahli Rektor Bidang Kehumasan. Pada masa tersebut juga, dia berkesempatan menjadi bagian dari Tim Kajian Kehumasan di Sesditjen Dikti Kemendikbud, Biro KSKP Kemenristekdikti dan Tim Kajian Naskah Akademik pada Ditjen SDID Kemenristekdikti. Selanjutnya pada tahun 2021-2023, mendapatkan penugasan sebagai Koordinator Program Studi S1 Ilmu Komunikasi sekaligus Anggota Pusat MBKM Unsoed, dan sejak tahun 2023 hingga sekarang menjadi Sekretaris Lembaga Pengembangan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu UNSOED. Selain sebagai anggota PERHUMAS, saat ini juga tercatat sebagai Ketua Bidang Kerja Sama MBKM PP ASPIKOM Periode 2022-2025.



Fitria Ayuningtyas merupakan salah satu Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Fitria lulus dari Program Doktorat Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung pada tahun 2018. Menjadi Dosen lingkungan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta sejak tahun 2010. Pernah menjadi Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta periode tahun 2021-2023 dan pada tahun 2023 Fitria dilantik menjadi Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta untuk periode

tahun 2023-2027. Fitria saat ini juga tercatat sebagai Anggota Bidang Kerja Sama MBKM Pengurus Pusat ASPIKOM Periode tahun 2022-2025.



YULIATI, merupakan salah satu Dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bengkulu, dengan bidang peminatan kehumasan. Beliau meriah gelar sarjana dan magister di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Memulai karier sebagai dosen sejak tahun 2006. Selain sebagai dosen, beliau pernah mengemban tugas tambahan sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi pada kurun waktu tahun 2018-2021. Kemudian pada tahun 2021-2025 dipercaya untuk mengelola Program Studi S1 Jurnalistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bengkulu, sebagai Ketua Program Studi. Selanjutnya beliau masih dipercaya kembali untuk menjadi Ketua Program Studi S1 Jurnalistik untuk periode tahun 2025-2029. Saat ini beliau juga tercatat sebagai anggota Bidang kerja sama MBKM Pengurus Pusat ASPIKOM periode tahun 2022-2025

TRANSFORMASI DIGITAL JURNALISME: DAMPAK KECERDASAN BUATAN TERHADAP PRAKTIK JURNALISTIK DI INDONESIA

Alem Febri Sonni

Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas
Hasanuddin
afsonni@gmail.com

Transformasi digital dalam jurnalisme telah mencapai titik kritis dengan munculnya teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Perubahan ini bukan sekadar evolusi teknologi, melainkan revolusi fundamental yang mengubah cara berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Analisis bibliometrik terbaru menunjukkan peningkatan dramatis dalam penelitian tentang AI dan jurnalisme, dari 41 artikel pada 2019 menjadi 122 artikel pada 2023 (Sonni, Putri, dkk., 2024). Tren ini mencerminkan urgensi dan signifikansi perubahan dalam praktik jurnalistik kontemporer.

Momentum transformasi ini diperkuat oleh perubahan mendasar dalam persepsi dan adopsi teknologi di industri media. Laporan

Reuters Institute Digital News 2024 melaporkan bahwa 78% dari 200 pemimpin digital, editor, dan CEO yang disurvei percaya investasi dalam teknologi AI akan menjadi kunci kelangsungan hidup jurnalisme (Newman, 2024). Keyakinan ini didasarkan pada potensi AI untuk meningkatkan efisiensi produksi berita, memfasilitasi analisis data kompleks, dan mengoptimalkan distribusi konten. Namun, de-Lima-Santos & Ceron (2022) memperingatkan bahwa adopsi teknologi tanpa pemahaman mendalam tentang implikasinya dapat mengancam integritas jurnalistik dan kepercayaan publik.

Era AI Generatif, yang ditandai dengan kemunculan ChatGPT dan teknologi serupa, membawa dimensi baru yang mengubah paradigma jurnalistik. Pavlik (2023) mengungkapkan dalam penelitiannya bagaimana teknologi ini mengubah proses produksi konten dan menantang asumsi fundamental tentang kreativitas dan orisinalitas dalam jurnalisme. Perubahan ini menimbulkan pertanyaan mendasar tentang peran jurnalis dan esensi jurnalisme di era ketika mesin dapat menghasilkan konten yang semakin sulit dibedakan dari karya manusia.

Tantangan etis yang muncul dari adopsi AI dalam jurnalisme semakin kompleks dan mendesak. Al-Zoubi dkk. (2024) mengidentifikasi serangkaian dilema moral yang dihadapi jurnalis, mulai dari transparansi algoritma hingga akuntabilitas editorial. Kompleksitas ini diperparah oleh temuan Surjatmodjo dkk. (2024) bahwa disinformasi menyebar enam kali lebih cepat daripada informasi akurat di platform digital. Fenomena ini menuntut pengembangan sistem verifikasi dan pemeriksaan fakta yang lebih canggih, tetapi juga menimbulkan pertanyaan tentang keseimbangan antara kecepatan dan akurasi dalam produksi berita.

Husnain dkk. (2024) mengangkat perspektif kritis tentang tantangan epistemologis dalam jurnalisme era AI. Seiring AI berkembang dari sekadar alat menjadi penyedia dan pemroses informasi, definisi tradisional tentang verifikasi jurnalistik, objektivitas, dan kredibilitas harus ditinjau

kembali. Transformasi ini bukan hanya mempengaruhi praktik jurnalistik sehari-hari tetapi juga secara fundamental mengubah bagaimana kita memahami dan mendefinisikan jurnalisme.

Di tengah gempuran teknologi, Dinçer (2024) mengingatkan aspek esensial yang sering terabaikan dalam diskusi transformasi digital: kemampuan untuk memahami dan mengkomunikasikan pengalaman manusia dalam narasi yang bermakna. Pengamatan ini menekankan pentingnya mempertahankan elemen manusia dalam jurnalisme, bahkan ketika teknologi semakin mendominasi produksi berita. Amponsah & Atianashie (2024) memperkuat argumen ini dengan mengidentifikasi kebutuhan akan keseimbangan antara efisiensi teknologi dan nilai-nilai fundamental jurnalisme.

Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos (2024) lebih lanjut mengungkapkan bagaimana integrasi AI mempengaruhi kualitas jurnalistik. Penelitian mereka menunjukkan bahwa sementara AI dapat meningkatkan efisiensi dan presisi dalam pemrosesan data, ada risiko pengurangan nuansa dan konteks, yang merupakan elemen kunci dalam storytelling jurnalistik yang menarik. Temuan ini menekankan kebutuhan akan kerangka evaluasi yang lebih komprehensif untuk menilai dampak AI pada kualitas jurnalistik.

Sonni, Hafied, dkk. (2024) dalam tinjauan sistematis mereka mengungkapkan dimensi tambahan dari transformasi ruang redaksi digital. Studi mereka menunjukkan bahwa perubahan tidak hanya terjadi pada tingkat teknis dan operasional tetapi juga mempengaruhi budaya organisasi, dinamika kerja, dan identitas profesional jurnalis. Temuan ini menunjukkan pendekatan yang lebih holistik untuk memahami dan mengelola transformasi digital dalam jurnalisme.

AI dalam Praktik Jurnalistik

Transformasi digital telah secara fundamental mengubah wajah jurnalisme. Bayangkan ruang redaksi modern: layar

digital menampilkan data real-time, algoritma AI menganalisis tren berita, dan jurnalis berkolaborasi dengan asisten virtual untuk memproduksi konten. Ini bukan lagi gambaran masa depan tetapi realitas yang kita hadapi. Sonni, Hafied, dkk. (2024) mengungkapkan bahwa 73% organisasi berita global telah mengadopsi teknologi AI, menandai pergeseran dramatis dari era jurnalisme tradisional.

Di tengah euforia transformasi digital, muncul pertanyaan menarik: bagaimana teknologi mengubah esensi kerja jurnalistik? Pavlik (2023) menemukan fenomena menarik dalam studinya tentang kolaborasi dengan ChatGPT. Jurnalis tidak lagi sekadar penulis berita tetapi telah berevolusi menjadi “kurator digital” yang mengelola berbagai sumber informasi dan alat AI. Seorang jurnalis senior yang diwawancarai dalam studi tersebut mengungkapkan, “AI membantu saya memproses data dan menulis draf awal, tetapi keputusan editorial tetap di tangan saya. Ini seperti memiliki asisten berpengetahuan luas yang masih membutuhkan arahan manusia.”

Namun, transformasi ini membawa tantangan unik. de-Lima-Santos & Ceron (2022) mengamati bagaimana AI telah mengubah dinamika kerja ruang redaksi. Sistem AI dapat menganalisis jutaan titik data dalam hitungan detik, mengidentifikasi pola yang mungkin terlewatkan oleh mata manusia, dan bahkan memprediksi tren berita yang muncul. Seorang editor berita mengakui, “Terkadang AI memberikan wawasan mengejutkan. Kami menemukan sudut berita yang belum kami pikirkan sebelumnya.”

Revolusi dalam konsumsi konten juga telah menimbulkan dinamika baru. Surjatmodjo dkk. (2024) mengungkapkan bahwa pembaca modern menginginkan berita yang dipersonalisasi dan relevan dengan kebutuhan mereka. AI memungkinkan personalisasi ini dalam skala besar tetapi juga menimbulkan kekhawatiran tentang ruang gema. Seorang pembaca dalam studi tersebut menyatakan, “Saya suka mendapatkan berita yang sesuai dengan minat saya,

tetapi terkadang khawatir apakah saya melewatkan perspektif penting lainnya.”

Trattner dkk. (2022) menambahkan dimensi menarik tentang tanggung jawab media di era digital. Mereka menemukan bahwa teknologi personalisasi yang terlalu agresif dapat menciptakan “gelembung informasi” yang berbahaya. Eksperimen dalam studi mereka menunjukkan bagaimana dua orang dengan preferensi berbeda dapat mendapatkan gambaran dunia yang sangat berbeda dari algoritma berita yang sama.

Tantangan verifikasi informasi menjadi semakin kompleks dengan munculnya deepfake dan konten sintetis. Vaccari & Chadwick (2020) melakukan eksperimen mengejutkan: mereka menunjukkan video deepfake kepada responden, dan bahkan jurnalis berpengalaman kesulitan membedakannya dari video asli. Ini menimbulkan pertanyaan serius tentang masa depan verifikasi berita.

Model bisnis media juga mengalami transformasi menarik. Newman (2024) melaporkan bagaimana media mencoba berbagai pendekatan inovatif, dari langganan berbasis AI hingga konten yang dipersonalisasi. Kasus menarik adalah media lokal yang meningkatkan pendapatan sebesar 40% setelah menerapkan sistem rekomendasi konten berbasis AI.

Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos (2024) mengungkapkan kisah sukses dan kegagalan dalam adopsi AI di media. Mereka menemukan bahwa media yang sukses memandang AI sebagai pelengkap, bukan pengganti, keahlian jurnalistik. Seorang pemimpin redaksi berkomentar, “AI adalah alat yang luar biasa, tetapi penilaian manusia masih menentukan nilai berita.”

Kotenidis & Veglis (2021) menyoroti peluang menarik dalam jurnalisme algoritmik. Mereka mencontohkan bagaimana sebuah media menggunakan AI untuk menganalisis ribuan dokumen publik dan menemukan pola tersembunyi korupsi. Ini menunjukkan potensi AI untuk memperkuat, bukan

melemahkan, jurnalisisme investigasi.

Shin(2021)mengeksplorasi aspek psikologis interaksi manusia-AI dalam jurnalisisme. Menariknya, pembaca cenderung lebih mempercayai artikel berita yang mereka ketahui ditulis oleh manusia, meskipun dalam tes buta, mereka tidak dapat membedakan antara konten yang ditulis AI dan manusia. Ini menunjukkan pentingnya transparansi dalam penggunaan AI.

Menurut Lewis dkk. (2019), masa depan jurnalisisme akan ditentukan oleh kemampuan menciptakan simbiosis efektif antara keahlian manusia dan kecerdasan buatan. Mereka membayangkan “ruang redaksi yang diperkuat” di mana AI memperkuat, bukan menggantikan, penilaian editorial manusia. Seperti yang dikatakan seorang jurnalis dalam studi mereka, “AI membuat saya menjadi jurnalis yang lebih baik dengan membebaskan waktu untuk melakukan apa yang paling penting: menceritakan kisah dengan hati dan pikiran manusia.”

Transformasi digital dalam jurnalisisme bukan hanya tentang teknologi tetapi tentang menemukan keseimbangan baru antara efisiensi dan kemanusiaan, kecepatan dan kedalaman, algoritma dan penilaian editorial. Keberhasilan media di era digital akan ditentukan oleh kemampuan mereka mengelola keseimbangan ini sambil tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip fundamental jurnalisisme.

Dampak AI pada Jurnalisisme Indonesia

Perkembangan AI dalam jurnalisisme di Indonesia menunjukkan tren yang sejalan dengan konteks global, namun dengan karakteristik unik yang dipengaruhi oleh kondisi sosial, budaya, dan ekonomi lokal. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa rata-rata 68% media besar di Indonesia telah mengadopsi setidaknya satu bentuk teknologi AI dalam operasi ruang berita mereka, meskipun tingkat adopsi bervariasi signifikan antara media nasional dan daerah.

Penggunaan AI dalam jurnalisme Indonesia terlihat dalam beberapa area utama. Pertama, penggunaan AI untuk analisis data dan personalisasi konten, yang diterapkan oleh sekitar 62% media online besar. Kedua, penggunaan alat penerjemahan dan transkripsi otomatis yang dimanfaatkan oleh sekitar 58% ruang redaksi. Ketiga, sebanyak 45% media menggunakan AI untuk pemantauan media sosial dan deteksi berita palsu, dan keempat, sekitar 38% telah mulai bereksperimen dengan penulisan konten otomatis untuk berita berformat standar seperti laporan cuaca, keuangan, dan olahraga.

Fenomena menarik terlihat pada beberapa media nasional yang telah mengembangkan sistem rekomendasi konten berbasis AI yang canggih. Kompas.com, misalnya, telah menerapkan sistem yang tidak hanya menyajikan konten berdasarkan preferensi pembaca tetapi juga mempertimbangkan keberagaman topik untuk menghindari fenomena ruang gema. Ini mencerminkan kesadaran akan tanggung jawab sosial dalam penerapan teknologi AI di ruang redaksi Indonesia.

Namun, tantangan signifikan muncul dalam bentuk kesenjangan digital. Media nasional berbasis di Jakarta memiliki akses lebih baik ke teknologi dan sumber daya untuk mengadopsi solusi AI canggih, sementara media daerah sering tertinggal. Hal ini berpotensi memperlebar kesenjangan kualitas jurnalisme antara pusat dan daerah, yang bisa berdampak pada kesetaraan akses informasi bagi masyarakat Indonesia.

Perspektif menarik muncul dari wawancara dengan pemimpin redaksi di berbagai media Indonesia. Seorang pemimpin redaksi media nasional menyatakan, “AI membantu kami menganalisis jutaan data dalam waktu singkat, tetapi konteks lokal dan pemahaman budaya tetap menjadi domain jurnalis manusia.” Sedangkan pemimpin redaksi media lokal mengungkapkan kekhawatiran berbeda, “Kami ingin mengadopsi teknologi baru, tetapi keterbatasan sumber daya

dan keahlian menjadi kendala utama.”

Studi kasus pada Tempo menunjukkan bagaimana AI telah memungkinkan jurnalisme investigasi yang lebih mendalam. Tim data mereka menggunakan AI untuk menganalisis ribuan dokumen publik dan mengidentifikasi pola dalam kasus korupsi besar. Namun, editor senior Tempo menekankan, “AI adalah alat untuk memperkuat, bukan menggantikan, jurnalisme investigasi tradisional. Kontak sumber, verifikasi lapangan, dan pertimbangan etik tetap menjadi fondasi kerja kami.”

Pada tingkat regulasi, Indonesia masih dalam tahap awal mengembangkan kerangka yang secara khusus menangani implikasi AI dalam jurnalisme. Meskipun Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia memiliki panduan etik jurnalistik umum, belum ada ketentuan spesifik yang mengatur penggunaan AI dalam produksi berita. Beberapa pemangku kepentingan menyerukan pengembangan standar industri untuk transparansi algoritma, akurasi, dan akuntabilitas konten yang dihasilkan AI.

Implikasi sosial dari penerapan AI dalam jurnalisme Indonesia juga penting untuk diperhatikan. Indonesia, dengan keragaman etnis, agama, dan budayanya yang luas, memiliki tantangan unik dalam memastikan algoritma AI tidak memperkuat stereotip atau bias yang ada. Beberapa media telah mulai menerapkan “audit bias” pada algoritma AI mereka untuk memastikan keberagaman perspektif dalam rekomendasi konten mereka.

Dalam konteks ekonomi, media Indonesia menghadapi dilema antara investasi dalam teknologi AI dan tantangan model bisnis yang berkelanjutan. Beberapa media besar telah berhasil menggunakan AI untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pengguna, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan. Namun, bagi banyak media kecil dan menengah, investasi awal dalam teknologi AI tetap menjadi hambatan signifikan.

Pandemi COVID-19 telah mempercepat adopsi teknologi di ruang redaksi Indonesia, dengan 67% editor melaporkan peningkatan penggunaan alat digital dan AI selama periode ini. Peningkatan kerja jarak jauh mendorong ruang redaksi untuk mengadopsi alat kolaborasi digital dan otomatisasi proses kerja yang lebih efisien.

Pendidikan jurnalisme di Indonesia juga mulai beradaptasi dengan realitas baru ini. Beberapa program jurnalisme terkemuka di universitas Indonesia telah memasukkan kursus tentang jurnalisme data, pemrograman dasar, dan etika AI ke dalam kurikulum mereka. Namun, masih ada kesenjangan signifikan antara pendidikan jurnalisme dan kebutuhan industri yang berkembang pesat.

Melihat ke depan, tren yang muncul menunjukkan peningkatan kolaborasi antara jurnalis dan spesialis teknologi di ruang redaksi Indonesia. Model “tim hibrida” yang menggabungkan keahlian jurnalistik tradisional dengan keterampilan teknis menjadi semakin umum di organisasi berita terkemuka. Ini mencerminkan pergeseran dari pandangan AI sebagai “teknologi pengganti” menjadi “teknologi pelengkap” yang memperkuat kemampuan jurnalistik.

Tantangan etis tetap menjadi pertimbangan utama dalam adopsi AI di ruang redaksi Indonesia. Menurut survei terbaru terhadap 100 jurnalis Indonesia, 78% mengekspresikan kekhawatiran tentang transparansi algoritma, 65% tentang potensi penguatan bias, dan 58% tentang akuntabilitas untuk konten yang dihasilkan AI. Ini menunjukkan kebutuhan akan dialog berkelanjutan tentang etika dan praktik terbaik dalam penerapan AI di jurnalisme Indonesia.

Tantangan Etis AI dalam Jurnalisme

Tantangan etis dalam penerapan AI di jurnalisme menjadi semakin kompleks seiring dengan kemajuan teknologi dan integrasi yang lebih dalam ke dalam praktik jurnalistik. Persoalan etis ini tidak hanya mencakup aspek teknis dari

sistem AI tetapi juga dimensi sosial, budaya, dan politik yang lebih luas.

Transparansi dan Akuntabilitas

Tantangan pertama dan mungkin yang paling mendasar adalah masalah transparansi dan akuntabilitas. Ketika keputusan editorial semakin dipengaruhi oleh algoritma, muncul pertanyaan tentang bagaimana proses pengambilan keputusan ini dapat dipahami, diaudit, dan dipertanggungjawabkan. Sistem AI sering kali berfungsi sebagai “kotak hitam” yang sulit diinterpretasikan, bahkan oleh para pengembangnya sendiri.

Diakopoulos (2015) mengidentifikasi kebutuhan akan bentuk “transparansi algoritmik” baru dalam jurnalisme, di mana organisasi berita secara terbuka mengungkapkan penggunaan dan fungsi sistem AI mereka. Ini mencakup informasi tentang sumber data yang digunakan untuk melatih model, metrik yang dioptimalkan, dan batas-batas kemampuan sistem. Namun, implementasi praktis dari transparansi semacam itu menghadapi tantangan, termasuk masalah rahasia dagang dan kompleksitas teknis yang sulit dikomunikasikan kepada publik.

Beberapa organisasi berita telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan transparansi. Associated Press, misalnya, menerapkan kebijakan untuk memberi label pada konten yang dihasilkan secara otomatis, dengan label yang menyatakan, “Berita ini dihasilkan oleh Automated Insights menggunakan data dari Zacks Investment Research.” Praktik ini mencontohkan bagaimana organisasi berita dapat mempertahankan transparansi di era AI.

Privasi dan Etika Data

Isu kedua yang krusial adalah privasi dan etika data. Sistem AI seringkali memerlukan akses ke data pengguna

dalam jumlah besar untuk memfasilitasi personalisasi konten dan analisis audiens. Namun, pengumpulan dan pemrosesan data ini menimbulkan kekhawatiran serius tentang privasi pengguna dan potensi penyalahgunaan. Eskens dkk. (2017) mengidentifikasi ketegangan antara personalisasi berita dan perlindungan privasi pengguna.

Mereka menyoroti pentingnya prinsip minimalisasi data, pengumpulan data yang proporsional, dan kejelasan tujuan dalam penggunaan data pengguna untuk personalisasi berita. Selain itu, mereka menekankan pentingnya kontrol pengguna atas data mereka dan hak untuk tidak dipersonalisasi. Di Indonesia, di mana kesadaran dan regulasi privasi data masih berkembang, tantangan ini menjadi lebih mendesak. Media Indonesia perlu mengembangkan praktik etis dalam pengumpulan dan penggunaan data pengguna, bahkan sebelum kerangka regulasi yang komprehensif tersedia.

Bias dan Keadilan

Tantangan ketiga berkaitan dengan bias dan keadilan dalam sistem AI. Model AI dilatih menggunakan data historis yang sering mencerminkan dan berpotensi memperkuat bias yang ada dalam masyarakat. Dalam konteks jurnalisme, ini dapat menyebabkan liputan yang tidak seimbang, representasi yang tidak adil dari kelompok tertentu, atau bahkan penyebaran stereotip yang merugikan. Noble (2018) menunjukkan bagaimana algoritma pencarian dan rekomendasi konten dapat memperkuat stereotip rasial dan gender, sementara Broussard dkk. (2019) memperingatkan tentang risiko “bias algoritmik” dalam produksi berita otomatis. Redaksi berita perlu mengembangkan metode untuk mendeteksi dan mengurangi bias dalam sistem AI mereka, serta memastikan keberagaman dalam tim yang mengembangkan dan mengimplementasikan teknologi ini. Dalam konteks Indonesia yang beragam secara etnis, agama, dan budaya, risiko bias algoritmik menjadi semakin kompleks. Media perlu mengembangkan pendekatan yang

peka terhadap konteks lokal untuk menilai dan mengurangi bias dalam sistem AI mereka.

Otonomi Jurnalistik dan Nilai-nilai Profesional

Aspek keempat adalah tantangan terhadap otonomi jurnalistik dan nilai-nilai profesional. Seiring AI mengambil alih lebih banyak aspek proses jurnalistik, ada risiko erosi pertimbangan editorial manusia dan nilai-nilai profesional yang telah lama menjadi inti jurnalisme. Lewis & Westlund (2015) memperingatkan tentang “komodifikasi logika algoritmik” yang dapat menggantikan pertimbangan profesional dengan metrik kuantitatif seperti klik dan engagement. Ketika keputusan editorial semakin didorong oleh data dan algoritma, kemampuan jurnalis untuk menerapkan penilaian profesional mereka, termasuk pertimbangan kepentingan publik, dapat terganggu. Di Indonesia, di mana jurnalisme telah memainkan peran penting dalam demokratisasi, mempertahankan otonomi editorial di tengah tekanan otomatisasi menjadi tantangan signifikan. Media perlu mengembangkan model di mana AI melengkapi, bukan menggantikan, penilaian editorial manusia.

Mutu Jurnalistik dan Kontekstualisasi

Tantangan kelima berkaitan dengan kualitas jurnalistik dan kontekstualisasi. Meskipun AI dapat menghasilkan konten dengan kecepatan dan skala yang tak tertandingi, kemampuannya untuk menyediakan konteks yang kaya, nuansa, dan pemahaman sosial-budaya yang mendalam tetap terbatas. Calvo-Rubio & Rojas-Torrijos (2024) mengidentifikasi risiko penurunan kualitas jurnalistik ketika produksi konten terlalu bergantung pada AI. Mereka mencatat bahwa sementara AI dapat memproses data dengan efisien, sering kali gagal menangkap nuansa dan konteks yang menjadi ciri jurnalisme berkualitas tinggi. Ini menunjukkan perlunya pendekatan yang menyeimbangkan efisiensi AI dengan kedalaman

analisis manusia. Dalam konteks Indonesia yang kompleks secara sosial dan politik, kemampuan untuk menyediakan konteks yang kaya dan nuansa dalam pelaporan berita sangat penting. Media perlu mengembangkan pendekatan yang memanfaatkan kemampuan AI sambil mempertahankan kedalaman analisis yang hanya dapat disediakan oleh jurnalis manusia yang memahami konteks lokal.

Dilema Regulasi

Tantangan keenam melibatkan dilema regulasi yang terkait dengan penggunaan AI dalam jurnalisme. Seiring pemerintah dan badan regulasi berusaha merespons tantangan yang ditimbulkan oleh AI, muncul ketegangan antara kebutuhan untuk melindungi kepentingan publik dan pentingnya menjaga kebebasan pers dan inovasi.

Helberger dkk. (2018) mengidentifikasi berbagai pendekatan regulasi terhadap personalisasi berita, termasuk intervensi pasar, regulasi mandiri, dan regulasi yang dipimpin pemerintah. Mereka menekankan pentingnya pendekatan yang berprinsip, berdasarkan pada gagasan pluralisme media dan kepentingan publik yang luas.

Di Indonesia, dengan sejarahnya yang kompleks tentang regulasi media, pengembangan pendekatan regulasi yang efektif terhadap AI dalam jurnalisme menghadirkan tantangan signifikan. Kerangka regulasi perlu menyeimbangkan perlindungan kepentingan publik dengan penghormatan terhadap kebebasan pers dan inovasi teknologi.

Kesiapan Kompetensi dan Pendidikan

Aspek terakhir yang perlu diperhatikan adalah kesiapan kompetensi dan pendidikan jurnalis dalam era AI. Adopsi AI yang efektif dalam jurnalisme membutuhkan jurnalis yang tidak hanya memahami dasar-dasar teknologi tetapi juga mampu berpikir kritis tentang implikasi etis dan praktisnya.

Broussard dkk. (2019) menekankan pentingnya “literasi AI” bagi jurnalis modern. Mereka berpendapat bahwa jurnalis perlu memahami tidak hanya cara menggunakan alat AI tetapi juga implikasi etis dan sosial dari teknologi ini. Ini mencakup kemampuan untuk memahami dan menjelaskan algoritma yang digunakan dalam pelaporan berbasis data, serta keterampilan untuk mengenali dan mengatasi potensi bias dalam sistem AI.

Di Indonesia, kesenjangan keterampilan digital di antara jurnalis tetap menjadi tantangan signifikan. Program pendidikan dan pelatihan jurnalisisme perlu beradaptasi untuk membekali jurnalis masa depan dengan keterampilan teknis dan etis yang diperlukan untuk beroperasi secara efektif di era AI.

Masa Depan Jurnalisisme di Era AI

Masa depan jurnalisisme di era AI menghadirkan lanskap yang kompleks dan dinamis, di mana teknologi, praktik jurnalistik, dan pertimbangan etis berinteraksi dalam cara-cara yang terus berkembang. Melihat ke depan, beberapa tren dan kemungkinan menggambarkan bagaimana jurnalisisme mungkin berkembang di lingkungan yang semakin didukung AI.

Simbiosis Manusia-AI

Salah satu tema sentral dalam masa depan jurnalisisme adalah evolusi hubungan antara jurnalis manusia dan sistem AI. Daripada pandangan binary di mana AI menggantikan jurnalis atau sekadar menjadi alat pendukung, masa depan kemungkinan akan ditandai oleh hubungan simbiotik yang kompleks di mana keahlian manusia dan kemampuan AI saling melengkapi dan memperkuat.

Lewis dkk. (2019) membayangkan “ruang redaksi yang diperkuat” di mana AI membantu jurnalis dengan tugas-tugas tertentu, memungkinkan mereka fokus pada

aspek pelaporan yang membutuhkan penilaian manusia, kreativitas, dan koneksi interpersonal. Dalam model ini, AI dapat mengambil alih tugas-tugas rutin seperti transkripsi wawancara, pemantauan sumber data, dan bahkan penulisan artikel berita berbasis data, sementara jurnalis manusia fokus pada investigasi mendalam, analisis kritis, dan storytelling yang menarik.

Contoh model simbiosis ini sudah mulai muncul. Bloomberg News, misalnya, menggunakan sistem yang disebut Cyborg untuk menghasilkan artikel tentang laporan keuangan perusahaan, tetapi jurnalis manusia menambahkan analisis dan konteks. The Washington Post menggunakan Heliograf untuk melaporkan hasil pemilu dan pertandingan olahraga tingkat lokal, memungkinkan ruang redaksi untuk memperluas cakupan mereka tanpa menambah staf.

Di Indonesia, beberapa media telah mulai mengeksplorasi model serupa. Perusahaan seperti Kata.ai bekerja sama dengan media untuk mengembangkan solusi AI kustom yang mendukung operasi ruang berita. Ini menunjukkan arah menuju ekosistem di mana manusia dan AI bekerja sama untuk menghasilkan jurnalisme berkualitas tinggi.

Transformasi Peran Jurnalis

Seiring AI semakin mengambil alih aspek-aspek teknis dan rutin dari pekerjaan jurnalistik, peran jurnalis manusia akan mengalami transformasi signifikan. Jurnalis masa depan kemungkinan akan fokus pada keterampilan yang sulit direplikasi oleh AI, termasuk penilaian editorial, pemikiran kritis, pemahaman kontekstual, dan empati.

Pavlik (2023) mengidentifikasi pergeseran dari jurnalis sebagai “penyampai berita” menjadi “kurator dan penerjemah” informasi. Dalam peran baru ini, jurnalis akan membantu audiens menavigasi banjir informasi, memberikan konteks dan analisis, serta memverifikasi klaim yang meragukan. Ini membutuhkan kombinasi keterampilan tradisional seperti

peliputan dan pelaporan dengan kemampuan baru seperti literasi data dan pemahaman tentang cara kerja algoritma.

Dörr & Hollnbuchner (2017) juga mencatat kemunculan peran “editor algoritma” yang bertanggung jawab untuk mengawasi dan menyesuaikan sistem AI yang digunakan dalam produksi berita. Peran ini menggabungkan keahlian jurnalistik dengan pemahaman tentang teknologi AI dan pertimbangan etis yang terkait.

Di Indonesia, dengan keragaman sosial budayanya, transformasi peran jurnalis mungkin akan mengikuti pola yang serupa namun dengan nuansa lokal. Jurnalis akan semakin berperan sebagai “penerjemah kultural” yang tidak hanya mengontekstualisasikan informasi tetapi juga menjembatani kesenjangan digital antara kelompok masyarakat yang berbeda. Mengingat bahwa penetrasi internet di Indonesia masih tidak merata, dengan perbedaan signifikan antara daerah urban dan rural, jurnalis memiliki peran penting dalam memastikan bahwa informasi yang diproduksi dengan bantuan AI dapat diakses dan dipahami oleh berbagai segmen masyarakat.

Personalisasi dan Fragmentasi

Kemampuan AI untuk menganalisis preferensi pengguna dan menyajikan konten yang dipersonalisasi akan terus mengubah cara berita dikonsumsi. Pada satu sisi, personalisasi dapat meningkatkan keterlibatan dan relevansi, memungkinkan pengguna menemukan konten yang paling menarik bagi mereka. Di sisi lain, ada kekhawatiran bahwa personalisasi yang berlebihan dapat menyebabkan fragmentasi informasi dan menguatkan “gelembung filter”.

Helberger (2019) mengusulkan model “personalisasi yang berorientasi nilai” yang menyeimbangkan kebutuhan individual dengan kepentingan demokratis yang lebih luas. Dalam model ini, algoritma rekomendasi tidak hanya memper-
timbang preferensi pengguna tetapi juga nilai-nilai seperti

keberagaman, eksposur terhadap pandangan yang berbeda, dan kepentingan publik.

Beberapa media Indonesia telah mulai mengeksplorasi pendekatan semacam ini. Kompas.com, misalnya, telah mengembangkan sistem rekomendasi yang tidak hanya mempertimbangkan riwayat bacaan pengguna tetapi juga secara sengaja mencakup berbagai topik untuk memperluas perspektif pembaca. Media berbasis langganan seperti Tempo juga bereksperimen dengan personalisasi yang lebih canggih sambil mempertahankan eksposur terhadap berita-berita penting.

Tantangan ke depan bagi media Indonesia akan melibatkan pengembangan strategi personalisasi yang mempromosikan keterlibatan pengguna tanpa mengorbankan keberagaman dan kohesi sosial. Ini menjadi sangat penting di negara dengan keragaman etnis, agama, dan politik seperti Indonesia, di mana fragmentasi informasi dapat memperburuk ketegangan sosial yang ada.

Ekonomi Jurnalisme

Transformasi digital dan integrasi AI juga akan berdampak signifikan pada model bisnis jurnalisme. Di satu sisi, AI menawarkan peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas cakupan tanpa menambah biaya secara proporsional, dan mengembangkan produk berita baru yang lebih menarik dan personal. Di sisi lain, adopsi AI memerlukan investasi signifikan dalam teknologi dan keahlian baru, memberi keuntungan pada media dengan sumber daya yang lebih besar.

Beckett (2019) mengidentifikasi beberapa model bisnis potensial di era jurnalisme yang didukung AI, termasuk langganan premium yang didukung data, konten yang dipersonalisasi, dan layanan informasi yang disesuaikan. Model-model ini memungkinkan media untuk menciptakan penawaran nilai yang lebih jelas bagi pengguna yang semakin selektif

dalam konsumsi media mereka.

Untuk media Indonesia, tantangan ekonomi ini sangat mendesak. Dengan landscape media yang sangat terfragmentasi dan sebagian besar konsumen yang belum terbiasa membayar untuk berita online, pengembangan model bisnis yang berkelanjutan akan menjadi penentu penting bagi masa depan jurnalisme. Beberapa media seperti Kumparan dan IDN Times telah bereksperimen dengan model bisnis berbasis teknologi, sedangkan Tempo dan Kompas telah mengeksplorasi strategi langganan premium yang didukung oleh konten berkualitas tinggi dan fitur yang dipersonalisasi.

Kerja sama antara media dan platform teknologi juga kemungkinan akan menjadi komponen penting dari ekonomi jurnalisme di masa depan. Inisiatif seperti Google News Initiative dan Meta Journalism Project telah memberikan dukungan dan pelatihan bagi media Indonesia dalam adopsi teknologi digital. Namun, hubungan antara media dan platform teknologi tetap kompleks, dengan ketegangan yang berkelanjutan mengenai kompensasi untuk konten berita dan dampak algoritma platform pada visibilitas dan distribusi berita.

Tantangan dan Peluang Regulasi

Seiring jurnalisme semakin ditransformasi oleh AI, kerangka regulasi juga perlu beradaptasi untuk mengatasi tantangan baru sambil mempertahankan nilai-nilai seperti kebebasan pers, perlindungan privasi, dan kepentingan publik. Ini melibatkan pertimbangan hak-hak digital, tanggung jawab platform, dan tata kelola algoritma.

Di Indonesia, regulasi media ada di persimpangan berbagai undang-undang, termasuk UU Pers, UU ITE, dan peraturan terkait privasi data dan keamanan siber. Namun, kerangka regulasi yang ada belum sepenuhnya mengatasi implikasi AI dalam jurnalisme. Pertanyaan seperti siapa yang bertanggung jawab atas konten yang dihasilkan secara otomatis, bagaimana

algoritma personalisasi berita harus diatur, dan apa standar transparansi yang harus diterapkan pada penggunaan AI dalam jurnalisme, sebagian besar belum terjawab.

Dewan Pers Indonesia, sebagai regulator utama jurnalisme, telah mulai mempertimbangkan implikasi AI, tetapi masih dalam tahap awal mengembangkan panduan dan standar khusus. Sementara itu, inisiatif industri seperti Jaringan Pemeriksaan Fakta Indonesia telah memainkan peran penting dalam mengembangkan standar untuk verifikasi informasi di era digital.

Masa depan regulasi kemungkinan akan melibatkan kombinasi regulasi formal, regulasi mandiri industri, dan pendekatan ko-regulasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Tantangan akan melibatkan pengembangan kerangka yang cukup fleksibel untuk mengakomodasi inovasi teknologi yang cepat sambil tetap menegakkan prinsip-prinsip jurnalistik inti.

Jurnalisme Global dan Lokal

Teknologi AI memungkinkan produksi dan distribusi berita pada skala global yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, sementara beberapa aspek jurnalisme menjadi semakin global, ada juga penekanan yang diperbarui pada konten lokal dan kontekstual yang relevan dengan komunitas tertentu.

Menurut Lewis & Westlund (2015), jurnalisme di masa depan kemungkinan akan melihat “glokalisasi” - proses di mana konten berita diproduksi dan didistribusikan secara global tetapi disesuaikan dengan konteks lokal. AI dapat memfasilitasi proses ini melalui terjemahan otomatis, personalisasi berbasis lokasi, dan distribusi yang disesuaikan.

Untuk Indonesia, dengan 17.000 pulau dan ratusan bahasa daerah, AI menawarkan peluang menarik untuk memperluas cakupan jurnalistik ke komunitas yang kurang terlayani. Teknologi terjemahan otomatis, misalnya, dapat membantu membuat berita lebih mudah diakses dalam

berbagai bahasa daerah, sedangkan sistem pembuat konten dapat membantu mengisi kesenjangan dalam cakupan berita lokal.

Namun, risiko homogenisasi konten juga signifikan. Jika terlalu banyak media bergantung pada sumber dan alat AI yang sama, keberagaman perspektif jurnalistik dapat terancam. Mempertahankan suara dan perspektif lokal yang distingtif akan menjadi tantangan penting bagi media Indonesia di era yang semakin didominasi oleh platform global dan teknologi AI.

Kesimpulan dan Implikasi

Transformasi digital dalam jurnalisme, terutama integrasi AI, mewakili pergeseran paradigma yang mendalam dalam produksi, distribusi, dan konsumsi berita. Seperti yang telah kita telusuri, perubahan ini tidak hanya bersifat teknologi tetapi juga mencakup dimensi etis, ekonomi, sosial, dan politik yang kompleks.

Untuk jurnalisme Indonesia, AI menawarkan peluang signifikan untuk mengatasi tantangan yang telah lama ada, termasuk keterbatasan sumber daya, kesenjangan dalam cakupan berita, dan ketidakefisienan operasional. Kemampuan AI untuk menganalisis data dalam jumlah besar, mengotomatisasi tugas rutin, dan memfasilitasi personalisasi konten dapat membantu media Indonesia menjangkau audiens yang lebih luas dan menyajikan jurnalisme yang lebih relevan dan menarik.

Namun, teknologi ini juga membawa tantangan signifikan. Kesenjangan digital antara media besar dan kecil dapat memperlebar ketimpangan dalam lanskap media. Masalah-masalah seperti transparansi algoritma, bias dalam sistem AI, dan kecenderungan menuju gelembung informasi memerlukan perhatian yang cermat. Selain itu, nilai-nilai jurnalistik tradisional seperti akurasi, objektivitas, dan independensi harus dipertahankan bahkan ketika proses produksi

berita semakin didukung oleh AI.

Jalan kedepan bagi jurnalisme Indonesia di era AI memerlukan pendekatan seimbang yang merangkul peluang yang ditawarkan oleh teknologi sambil tetap berpegang pada nilai-nilai inti jurnalisme. Ini melibatkan investasi dalam literasi AI di seluruh ekosistem jurnalistik, dari ruang redaksi hingga lembaga pendidikan jurnalisme. Ini juga memerlukan dialog berkelanjutan antara media, platform teknologi, pembuat kebijakan, dan masyarakat sipil untuk mengembangkan norma, standar, dan kerangka kerja yang memastikan bahwa AI melayani kepentingan publik dalam informasi.

Media Indonesia perlu mengembangkan pendekatan strategis terhadap adopsi AI yang mempertimbangkan tidak hanya kemungkinan peningkatan efisiensi dan keterlibatan tetapi juga implikasi jangka panjang terhadap kualitas jurnalistik, keberagaman perspektif, dan kepercayaan publik. Daripada sekadar mengejar inovasi teknologi demi inovasi, fokusnya harus pada bagaimana AI dapat memperkuat dan memperluas kapasitas media untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Indonesia yang beragam.

Terakhir, transformasi digital dalam jurnalisme Indonesia harus dilihat dalam konteks yang lebih luas dari peran jurnalisme dalam masyarakat demokratis. Teknologi AI, dengan semua kemampuannya, tetaplah alat. Nilai akhir dari transformasi ini akan ditentukan oleh bagaimana alat-alat ini digunakan untuk memperkuat fungsi-fungsi inti jurnalisme dalam memberikan informasi yang akurat, memfasilitasi diskursus publik, memegang kekuasaan bertanggung jawab, dan mempromosikan pemahaman bersama di tengah keberagaman.

Dengan pendekatan yang bijaksana, reflektif, dan berorientasi pada nilai, jurnalisme Indonesia dapat memanfaatkan kekuatan AI untuk membangun masa depan yang lebih inklusif, beragam, dan berkelanjutan bagi media di era digital.

Referensi

- Al-Zoubi, O., Ahmad, N., & Hamid, N. A. (2024). Artificial Intelligence in Newsrooms: Ethical Challenges Facing Journalists. *Studies in Media and Communication*, 12(1), 401. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i1.6587>
- Amponsah, P. N., & Atianashie, A. M. (2024). Navigating the New Frontier: A Comprehensive Review of AI in Journalism. *Advances in Journalism and Communication*, 12(01), 1–17. <https://doi.org/10.4236/ajc.2024.121001>
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities. A global survey of journalism and artificial intelligence.*
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673–695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Calvo-Rubio, L.-M., & Rojas-Torrijos, J.-L. (2024). Criteria for journalistic quality in the use of artificial intelligence. *Communication & Society*, 247–259. <https://doi.org/10.15581/003.37.2.247-259>
- de-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2022). Artificial Intelligence in News Media: Current Perceptions and Future Outlook. *Journalism and Media*, 3(1), 13–26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>
- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic Accountability. *Digital Journalism*, 3(3), 398–415. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976411>
- Dinçer, E. (2024). Hard and Soft Skills Revisited: Journalism Education at the Dawn of Artificial Intelligence. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 65–78. <https://doi.org/10.30803/adusobed.1462061>
- Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 404–419. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612>

- Eskens, S., Helberger, N., & Moeller, J. (2017). Challenged by news personalisation: five perspectives on the right to receive information. *Journal of Media Law*, 9(2), 259–284. <https://doi.org/10.1080/17577632.2017.1387353>
- Helberger, N. (2019). On the Democratic Role of News Recommenders. *Digital Journalism*, 7(8), 993–1012. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1623700>
- Helberger, N., Karppinen, K., & D’Acunto, L. (2018). Exposure diversity as a design principle for recommender systems. *Information, Communication & Society*, 21(2), 191–207. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1271900>
- Husnain, M., Imran, A., & Khan Tareen, H. (2024). Artificial Intelligence in Journalism: Examining Prospectus and Obstacles for Students in the Domain of Media. *Journal of Asian Development Studies*, 13(1), 614–625. <https://doi.org/10.62345/jads.2024.13.1.51>
- Kotenidis, E., & Veglis, A. (2021). Algorithmic Journalism—Current Applications and Future Perspectives. Dalam *Journalism and Media* (Vol. 2, Nomor 2, hlm. 244–257). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020014>
- Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, Journalism, and Human–Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. *Digital Journalism*, 7(4), 409–427. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Big Data and Journalism. *Digital Journalism*, 3(3), 447–466. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418>
- Newman, N. (2024). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024*.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression*. NYU Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1pwt9w5>

- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism and Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Shin, D. (2021). The effects of explainability and causability on perception, trust, and acceptance: Implications for explainable AI. *International Journal of Human Computer Studies*, 146. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102551>
- Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I., & Latuheru, R. (2024). Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. *Journalism and Media*, 5(4), 1554–1570. <https://doi.org/10.3390/journalmedia5040097>
- Sonni, A. F., Putri, V. C. C., & Irwanto, I. (2024). Bibliometric and Content Analysis of the Scientific Work on Artificial Intelligence in Journalism. *Journalism and Media*, 5(2), 787–798.
- Surjatmodjo, D., Unde, A. A., Cangara, H., & Sonni, A. F. (2024). Information Pandemic: A Critical Review of Disinformation Spread on Social Media and Its Implications for State Resilience. *Social Sciences*, 13(8), 418. <https://doi.org/10.3390/socsci13080418>
- Trattner, C., Jannach, D., Motta, E., Costera Meijer, I., Diakopoulos, N., Elahi, M., Opdahl, A. L., Tessem, B., Borch, N., Fjeld, M., Øvrelid, L., De Smedt, K., & Moe, H. (2022). Responsible media technology and AI: challenges and research directions. *AI and Ethics*, 2(4), 585–594. <https://doi.org/10.1007/s43681-021-00126-4>
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media and Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Alem Febri Sonni, M.Si., lahir di Padang pada 23 Februari 1974, adalah seorang akademisi dan praktisi komunikasi yang telah berkecimpung dalam dunia ilmu komunikasi selama lebih dari dua dekade. Perjalanan akademiknya dimulai dengan meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Hasanuddin (2001), dilanjutkan dengan Magister Manajemen Komunikasi dari Universitas Sebelas Maret (2007), dan gelar Doktor Antropologi dari Universitas Hasanuddin (2018). Karier profesionalnya dimulai sebagai Manager Divisi Audio Visual di Global Solusi Intimedia sebelum bergabung dengan Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin sebagai dosen sejak 2001. Pengalaman strategisnya mencakup posisi sebagai Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Sulawesi Selatan (2014-2017), dan Kepala UPT. Unhas Press (2019-sekarang).

Sebagai akademisi produktif, telah menghasilkan 21 buku dan lebih dari 44 artikel jurnal di berbagai publikasi nasional dan internasional bereputasi. Karya-karyanya mencakup spektrum luas dari komunikasi visual, jurnalisme digital, hingga analisis media kontemporer, termasuk “Politik Media Ruang Berita” (2023), “Fotografi sebagai Media Komunikasi Visual” (2023), dan “Sistem Komunikasi 4.0: Menavigasi Arus Informasi di Era Digital” (2025). Komitmennya terhadap pengembangan profesi komunikasi tercermin melalui keterlibatannya dalam organisasi profesi sebagai Wakil Ketua I Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) Pusat (2022-2025) dan Ketua Divisi HAKI & Paten Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) Pusat (2021-2024). Keahliannya dalam komunikasi visual dan fotografi diakui melalui berbagai posisi kepemimpinan di organisasi fotografi, dari UKM Fotografi Universitas Hasanuddin hingga Perkumpulan Fotografi Makassar. Sebagai reviewer aktif untuk jurnal internasional “Journalism and Media” dan berbagai publikasi bereputasi lainnya, serta memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan kualitas riset komunikasi global. Visi akademiknya adalah membangun jembatan antara teori komunikasi klasik dengan praktik komunikasi digital kontemporer untuk pemahaman komprehensif tentang dinamika komunikasi di era digital.

6

DARI DATA KE KUASA: MEMBACA BIG DATA SEBAGAI INFRASTRUKTUR SOSIAL KOMUNIKASI

Irwan Dwi Arianto

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

irwan_dwiarianto.ilkom@upnjatim.ac.id

Perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat dalam dua dekade terakhir telah mengubah fondasi masyarakat secara fundamental. Salah satu tonggak perubahan tersebut adalah kehadiran fenomena big data—yakni akumulasi data dalam jumlah besar yang dihasilkan dari aktivitas digital manusia di berbagai platform daring. Big data tidak hanya merepresentasikan pergeseran dalam skala dan kecepatan informasi, melainkan juga menjadi instrumen penting dalam memengaruhi dinamika sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Dalam konteks ini komunikasi digital tidak lagi sekadar soal penyampaian pesan antarindividu tetapi menjadi bagian dari struktur sosial yang lebih luas, yang

dibentuk oleh logika data, algoritma, dan keterhubungan digital. Dalam disiplin ilmu komunikasi pergeseran ini menuntut pembacaan ulang terhadap teori-teori dasar mengenai makna, pesan, dan medium. Komunikasi kini tidak dapat dilepaskan dari arsitektur digital tempat ia berlangsung. Platform seperti Twitter, TikTok, Instagram, dan YouTube tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi tetapi juga mengatur ritme komunikasi melalui sistem algoritmik yang menentukan apa yang terlihat, siapa yang layak mendapatkan perhatian, dan bagaimana suatu isu dibingkai di ruang publik. Dengan demikian komunikasi digital kontemporer terjadi dalam struktur yang secara aktif memproduksi, mendistribusikan, dan mengarahkan makna.

Big data hadir bukan sebagai entitas netral tetapi sebagai produk sosial yang sarat nilai, bias, dan kepentingan. Setiap klik, komentar, dan unggahan yang dilakukan pengguna di ruang digital tidak hanya menjadi data tetapi juga membentuk narasi, mengukuhkan identitas, dan menegosiasikan relasi kuasa (Arianto et al., 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa data bukan sekadar alat bantu untuk memahami masyarakat, tetapi juga bagian dari mekanisme pembentukan realitas sosial itu sendiri. Oleh karena itu pendekatan terhadap big data dalam studi komunikasi perlu memperhatikan tidak hanya aspek kuantitatif dan teknis tetapi juga dimensi kritis, kultural, dan ideologis yang menyertainya.

Tulisan ini bertujuan untuk mendiskusikan big data sebagai fenomena komunikasi dengan menelaah bagaimana ia bekerja dalam membentuk struktur sosial digital, mediasi simbolik, dan produksi makna. Dengan pendekatan konseptual yang memadukan teori komunikasi kritis, sosiologi pengetahuan, serta analisis platform digital, tulisan ini mengeksplorasi tiga dimensi utama: pertama, bagaimana big data dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi yang aktif dan produktif; kedua, bagaimana platform digital menciptakan medan visibilitas dan kontestasi kuasa; dan ketiga, bagaimana data digital menyimpan persoalan representasi dan bias yang

berdampak pada kehidupan sosial secara luas. Ketiga dimensi tersebut akan dibahas dalam bagian pembahasan, sebagai upaya untuk memperluas cara kita membaca komunikasi digital dalam kerangka sosial-politik era big data.

Big Data sebagai Praktik Komunikasi dalam Masyarakat Jejaring

Perkembangan big data sebagai elemen sentral dalam masyarakat digital mengubah cara pandang kita terhadap komunikasi secara fundamental. Komunikasi tidak lagi dapat dimaknai hanya sebagai pertukaran pesan antara pengirim dan penerima, melainkan sebagai praktik sosial yang berlangsung dalam infrastruktur yang sarat dengan kepentingan, nilai, dan logika sistem. Dalam konteks ini big data berfungsi bukan hanya sebagai hasil dari proses komunikasi tetapi juga sebagai struktur yang membentuk dan mengatur dinamika komunikasi itu sendiri.

Big data beroperasi dalam kapasitas ganda: sebagai representasi dari aktivitas sosial dan sekaligus sebagai instrumen yang mengarahkan interaksi sosial. Setiap tindakan digital—dari mengklik, menyukai, membagikan, hingga meninggalkan komentar—tidak hanya terekam sebagai data, tetapi juga menjadi bagian dari logika sistem yang mengelola bagaimana interaksi itu disusun dan diperkuat (Arianto et al., 2023). Dengan demikian data bukan lagi sesuatu yang “ada” secara alami, melainkan sesuatu yang “dibentuk” secara sistematis. Ini menjadikan big data sebagai bagian dari invisible infrastructure komunikasi yang bekerja di balik layar antarmuka digital.

Manuel Castells memberikan kontribusi penting dalam memahami pergeseran ini melalui konsep *network society*. Kekuasaan dan komunikasi terorganisasi dalam masyarakat jejaring bukan lagi melalui institusi tradisional seperti negara atau media mainstream melainkan melalui jejaring horizontal yang difasilitasi oleh teknologi informasi (Castells,

2010). Komunikasi menjadi non-linear, terfragmentasi, dan berlangsung dalam jaringan yang saling terkoneksi secara global. Big data adalah fondasi material dari jaringan ini. Ia menghubungkan individu, institusi, dan sistem dalam aliran informasi yang dapat diproses secara real-time dan dalam skala besar. Yang menarik dalam network society bahwa kekuasaan tidak lagi beroperasi melalui kontrol langsung atas isi pesan melainkan melalui pengaturan arsitektur jaringan. Platform digital melalui sistem datanya, mengatur siapa yang terlihat, informasi apa yang disebar, dan interaksi mana yang diprioritaskan. Inilah bentuk baru dari *code/space*, yaitu kondisi di mana kode digital dan struktur spasial komunikasi menyatu, membentuk realitas yang dialami pengguna sehari-hari. Dalam kondisi ini big data menjadi substruktur yang menyusun cara kita berkomunikasi, berpikir, dan bahkan memahami diri sendiri. Di sisi lain *mass self-communication* menggambarkan kapasitas baru individu untuk berkomunikasi secara masif melalui perangkat pribadi namun dalam struktur teknologis yang tetap dikendalikan oleh platform digital. Walaupun pengguna terlihat memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri, ekspresi tersebut dimediasi dan dibentuk oleh algoritma yang menentukan jangkauan dan keterlihatan konten artinya kebebasan berkomunikasi dalam era digital bukanlah kebebasan mutlak tetapi kebebasan yang dibingkai oleh logika sistem. Dalam kerangka ini big data menjadi batas dan peluang: ia membuka kemungkinan komunikasi baru, namun juga memperkenalkan mekanisme kontrol baru yang lebih tersembunyi dan sistemik (Arianto et al., 2024).

Perubahan ini menuntut kita untuk memahami komunikasi digital bukan hanya sebagai produk dari niat pengguna tetapi sebagai proses sosial yang dikondisikan oleh sistem informasi. Teknologi big data saya pahami sebagai bahasa baru yang digunakan oleh sistem untuk membaca dan menafsirkan tindakan sosial. Ia menjadi mata sistem yang tidak tidur—selalu mencatat, menganalisis, dan merespons aktivitas kita. Dalam ekosistem ini pengguna bukan hanya komunikator melainkan juga objek dari observasi dan pengaturan yang dilakukan

secara otomatis melalui perangkat data. Oleh karena itu pendekatan terhadap big data dalam ilmu komunikasi harus melampaui batas metode statistik dan teknik analitik belaka. Ia harus dilihat sebagai fenomena sosial yang penuh makna, konflik, dan ketimpangan. Pemahaman terhadap komunikasi harus diperluas menjadi pemahaman terhadap arsitektur komunikasi: bagaimana platform didesain, bagaimana data dikumpulkan, dan bagaimana makna dibentuk dalam infrastruktur algoritmik. Dalam konteks ini big data adalah bukan sekadar “apa” yang dikomunikasikan, melainkan juga “bagaimana” dan “mengapa” komunikasi itu berlangsung seperti adanya.

Kuasa, Diskursus, dan Produksi Kebenaran

Data dalam masyarakat digital tidak hanya berfungsi sebagai representasi dari tindakan manusia tetapi juga sebagai medium produksi kuasa. Kuasa dalam konteks ini tidak hadir secara represif dalam bentuk larangan atau paksaan langsung, melainkan bekerja secara produktif dan tersembunyi dalam struktur teknologi yang tampak netral. Untuk memahami hal ini konsep kuasa-pengetahuan yang dikembangkan oleh Michel Foucault menjadi sangat relevan. Foucault menunjukkan bahwa kuasa dan pengetahuan tidak dapat dipisahkan—pengetahuan tidak netral, melainkan selalu terikat pada relasi kuasa yang memproduksinya, mengaturnya, dan menyebarkannya (Arianto et al., 2023; Foucault, 1980). Big data adalah wujud konkret dari relasi kuasa-pengetahuan tersebut. Setiap data yang dikumpulkan, diklasifikasi, dan dianalisis bukanlah sekadar hasil dari observasi netral, melainkan proses yang sudah terstruktur oleh tujuan, algoritma, dan nilai-nilai yang tertanam dalam sistem. Proses pengumpulan data digital bukan hanya mencatat dunia sebagaimana adanya, tetapi juga mengonstruksi dunia sebagaimana yang “bisa” dan “boleh” dilihat oleh sistem. Ini adalah bentuk regime of truth, di mana hanya data tertentu yang dianggap sah dan penting, sementara lainnya diabaikan

atau tidak diakui eksistensinya.

Dalam platform digital dapat dikatakan algoritma menjadi aktor utama dalam praktik kuasa ini. Algoritma bukan hanya instrumen teknis untuk menyaring informasi; ia berfungsi sebagai struktur normatif yang mengatur interaksi sosial. Ia menentukan konten mana yang layak dilihat, siapa yang mendapatkan perhatian, dan bagaimana sebuah narasi berkembang di ruang publik. Seperti halnya panopticon dalam karya Foucault—struktur pengawasan yang membuat individu merasa selalu diawasi dan karenanya menyesuaikan perilakunya—algoritma menciptakan pengawasan tersembunyi yang terus-menerus dan berdampak langsung terhadap cara individu mengekspresikan diri. Pengawasan algoritmik ini memperkenalkan bentuk baru dari normalisasi sosial. Melalui logika preferensi dan pembelajaran mesin, sistem secara perlahan membentuk batas-batas perilaku digital yang dianggap “wajar” atau “menyimpang.” Konten yang tidak sesuai dengan logika platform (dipahami sebagai konten yang tidak mengundang keterlibatan tinggi atau bersifat kritis terhadap sistem) akan dikubur oleh algoritma, sementara konten yang sesuai dengan norma performatif akan dipromosikan. Dalam konteks ini algoritma menjadi mekanisme seleksi ideologis yang menyamar sebagai objektivitas teknis (Arianto et al., 2024).

Sistem ini tidak hanya membentuk interaksi pasif tetapi juga memunculkan aktor-aktor sosial yang memanfaatkan logika keterlihatan algoritmik untuk menghasilkan kuasa simbolik yang bersifat semu. Dalam praktiknya buzzer dan influencer memainkan peran yang tampaknya penting dalam memperkuat narasi digital agar tampak dominan, namun tidak selalu memiliki basis dukungan sosial yang nyata. Inilah bentuk pseudopower yakni kekuasaan yang viral tetapi tidak vital; dominan dalam metrik, namun lemah dalam legitimasi. Bentuk kuasa ini memperlihatkan bahwa desain sistem tidak bekerja dalam ruang hampa, tetapi melalui aktor yang secara aktif memproduksi dan menyebarkan “kebenaran” dalam

ruang digital yang telah dikurasi oleh logika platform(Arianto et al., 2023).



Gambar 1. Posisi Aktor Media dalam Kontestasi Digital (Sumber: Data Disertasi, 2023)

Bentuk kuasa juga bekerja melalui apa yang disebut Foucault sebagai bio-power, yaitu kekuasaan yang tidak lagi mengatur individu secara langsung, tetapi mengelola populasi melalui data. Setiap pengguna digital hari ini diperlakukan sebagai bagian dari statistik besar: diklasifikasi berdasarkan minat, perilaku konsumsi, jaringan sosial, dan aktivitas online. Data ini digunakan untuk memetakan pola perilaku, memprediksi tindakan, dan bahkan memanipulasi preferensi tanpa disadari. Dalam hal ini komunikasi tidak hanya dibentuk oleh bahasa, tetapi oleh kalkulasi algoritmik yang mendefinisikan “siapa kita” berdasarkan jejak digital yang kita tinggalkan. Implikasi dari produksi kuasa melalui big data sangat besar terutama terhadap hak-hak individu, kebebasan berekspresi, dan struktur sosial secara keseluruhan. Ketika data menjadi alat pengawasan dan penilaian sosial maka kuasa tidak lagi bersifat eksternal tetapi meresap dalam aktivitas sehari-hari yang tampak biasa. Kuasa tidak selalu hadir dalam bentuk larangan, tetapi dalam bentuk desain. Desain arsitektur digital kita hari ini telah menciptakan bentuk-bentuk pengaturan sosial baru yang lebih efektif karena tidak terlihat, tidak diperdebatkan, dan bahkan sering diterima secara sukarela oleh pengguna. Kita mengunggah, membagikan, dan

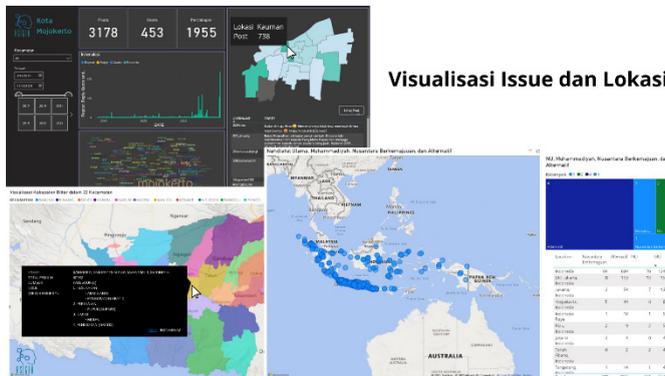
mengomentari tanpa sadar bahwa setiap aktivitas tersebut berkontribusi pada sistem yang dapat digunakan untuk mengontrol kita kembali. Pemahaman tentang big data dalam kerangka komunikasi digital harus mencakup dimensi kuasa yang tersembunyi dalam desain sistem. Ini berarti menyoroti bagaimana algoritma, metrik sosial, dan desain antarmuka bekerja sebagai alat produksi pengetahuan dan kuasa. Hanya dengan menyadari dimensi ini kita dapat mengembangkan komunikasi yang lebih kritis, adil, dan sadar akan dampak sosial-politiknya (Arianto et al., 2023; Ida, 2014; Kendall & Wickham, 1999; Marijan, 2019).

Platform Digital dan Afordansi Kekuasaan

Platform digital saat ini telah menjadi ruang sosial utama tempat berlangsungnya komunikasi publik, pertukaran simbolik, dan pembentukan opini kolektif. Namun berbeda dengan ruang publik fisik, ruang digital dibentuk oleh struktur teknologi yang sangat spesifik—struktur yang tidak netral, melainkan sarat kepentingan dan logika kapitalistik. Dalam kerangka ini pendekatan terhadap komunikasi digital perlu mencakup pemahaman atas apa yang disebut sebagai afordansi (*affordances*), yaitu kemungkinan dan batasan tindakan yang dimungkinkan oleh karakteristik teknologis suatu media.

Afordansi platform seperti yang dijelaskan oleh Ian Hutchby, merujuk pada cara teknologi “mengarahkan” atau “membangkai” bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengannya (Hutchby, 2001). Twitter dengan batasan karakter 280 mendorong bentuk komunikasi yang ringkas, cepat, dan reaktif; sementara YouTube memberikan ruang bagi produksi narasi panjang yang kompleks. Dalam konteks ini, platform bukanlah wadah netral tempat komunikasi berlangsung, melainkan aktor struktural yang turut mengatur cara berpikir, berbicara, dan bertindak para penggunanya. Platform mendesain logika interaksi, menentukan metrik keterlibatan yang dianggap penting (seperti likes, shares,

views), dan mengelola algoritma yang memilih konten mana yang ditampilkan atau disembunyikan. Oleh karena itu, setiap bentuk komunikasi digital adalah hasil negosiasi antara niat pengguna dan afordansi sistem. Komunikasi tidak terjadi di ruang hampa, tetapi dalam struktur yang dibangun oleh kode, antarmuka, dan model bisnis platform. Dalam konteks ini pemikiran Antonio Gramsci tentang hegemoni memberikan perspektif kritis yang penting. Gramsci mengajukan bahwa dominasi dalam masyarakat modern tidak selalu dicapai melalui kekerasan atau represi, melainkan melalui persetujuan yang dikonstruksi secara kultural. Hegemoni adalah bentuk kekuasaan yang bekerja melalui internalisasi nilai-nilai dominan oleh masyarakat sehingga kekuasaan tampak “alami” dan tidak dipertanyakan (Suyanto, 2020).



Gambar 2. Visualisasi Issue dan Lokasi (Sumber: Dashboard ASIGTA)

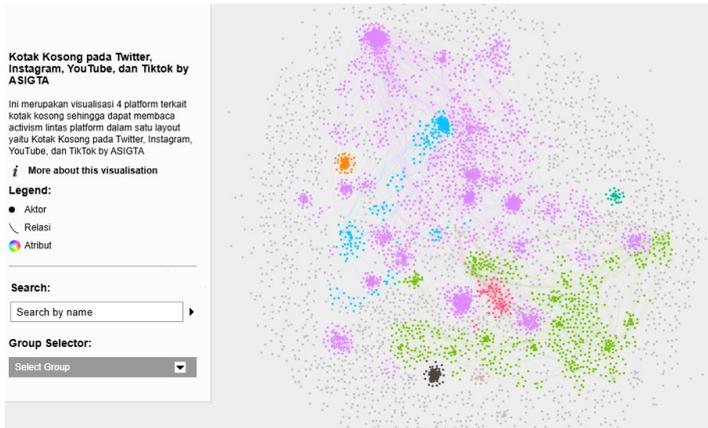
Dieradigital bentuk hegemoni ini dimediasi oleh platform. Nilai-nilai seperti produktivitas, keterlibatan, kecepatan, dan performativitas—yang merupakan nilai-nilai inti kapitalisme digital—telah diinternalisasi ke dalam praktik komunikasi sehari-hari pengguna media sosial. Pengguna secara sukarela berlomba-lomba untuk menjadi viral, membangun personal brand, dan menyesuaikan gaya komunikasi agar sesuai dengan logika algoritmik. Ini adalah bentuk auto-regulasi simbolik yang sangat kuat: pengguna menjadi agen dari

nilai-nilai hegemonik tanpa paksaan eksternal yang eksplisit. Hegemoni digital juga bekerja melalui kontrol representasi. Platform tidak hanya memfasilitasi komunikasi tetapi juga menentukan bentuk narasi yang dominan. Algoritma seleksi konten misalnya cenderung memperkuat konten yang emosional, dangkal, atau sesuai dengan preferensi mayoritas, sementara konten yang kritis, minor, atau tidak sesuai dengan logika viralitas cenderung disingkirkan. Akibatnya terjadi apa yang disebut sebagai bias representasi algoritmik—yaitu kecenderungan sistem untuk mereproduksi struktur sosial yang tidak setara dengan cara menyensor secara sistemik narasi yang tidak menguntungkan secara komersial. Di sinilah platform menjadi wahana reproduksi hegemoni digital.

Seperti dalam teori Gramsci, platform berfungsi sebagai apparatus ideologis yang bekerja bukan dengan memaksa, tetapi dengan membingkai. Struktur interaksi sosial digital dibentuk oleh desain teknologis dan arsitektur nilai yang mempromosikan gaya komunikasi tertentu, mengabaikan suara-suara tertentu, dan memperkuat pola pikir tertentu. Dalam hal ini, komunikasi digital adalah medan pertempuran ideologis di mana konsensus dibentuk bukan melalui debat rasional, tetapi melalui keterlihatan simbolik. Perbedaan afordansi antarmedia juga menciptakan dinamika kuasa yang tidak merata.

Sebuah isu yang mendapatkan perhatian besar di Twitter belum tentu mendapatkan tempat di Instagram atau YouTube, karena bentuk penyajian, ritme interaksi, dan algoritma di masing-masing platform sangat berbeda. Ruang digital bukanlah arena tunggal, melainkan terdiri dari banyak platform dengan logika tersendiri—dan setiap logika ini memiliki implikasi terhadap siapa yang berkuasa dalam membentuk discourse. Menjadi penting bagi kajian komunikasi untuk mengadopsi pendekatan lintas platform (cross-platform analysis) agar dapat memahami secara lebih utuh bagaimana isu sosial diproduksi, didistribusi, dan diterima dalam arsitektur digital yang kompleks.

Pendekatan ini juga memungkinkan kita untuk mengidentifikasi ketimpangan representasi, bias algoritmik, serta dinamika dominasi simbolik yang tersembunyi di balik desain teknologi yang tampak netral. Dengan memahami afordansi sebagai bentuk struktur kuasa yang beroperasi melalui medium teknologi kita dapat lebih kritis dalam melihat bagaimana komunikasi digital hari ini tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan, mengatur, dan mempertahankan struktur sosial tersebut. Hegemoni digital adalah hasil dari pertemuan antara desain teknologi dan nilai-nilai dominan, dan hanya melalui pembacaan kritis terhadap keduanya kita dapat membuka ruang bagi komunikasi yang lebih adil, setara, dan transformatif.



Gambar 3. Visualisasi Multiplatform (Sumber: Dashboard ASIGTA)

Ekonomi Politik *Big Data*

Jika bagian sebelumnya membahas bagaimana platform digital membentuk interaksi simbolik dan kuasa representasi maka dalam bagian ini fokus akan diarahkan pada aspek ekonomi politik dari big data yakni bagaimana data digital diproduksi, dikomodifikasi, dan dieksploitasi dalam kerangka kapitalisme informasi. Untuk memahami dimensi ini

pemikiran Vincent Mosco menjadi landasan penting khususnya melalui karya reflektifnya *Critical Communication: A Memoir* serta pendekatan *political economy of communication* yang telah ia kembangkan selama beberapa dekade. Mosco memperkenalkan konsep “komodifikasi komunikasi”, yakni proses ketika tindakan komunikasi yang sebelumnya merupakan aktivitas sosial sehari-hari kemudian diubah menjadi objek ekonomi—dihitung, diukur, dan dijual dalam pasar (Mosco, 2025). Dalam konteks digital, setiap aktivitas daring seperti mengunggah foto, memberi komentar, hingga menonton video bukan lagi semata-mata interaksi sosial, melainkan labour—kerja tak berbayar yang menghasilkan data untuk perusahaan teknologi. Data tersebut dikumpulkan, diklasifikasi, lalu dijual kepada pihak ketiga untuk keperluan periklanan, analisis pasar, bahkan pemodelan prediktif terhadap perilaku konsumen. Inilah yang disebut sebagai “kapitalisme pengawasan” (*surveillance capitalism*), sebuah istilah yang dikembangkan lebih lanjut oleh Shoshana Zuboff. Dalam sistem ini nilai ekonomi tidak lagi hanya berasal dari produksi barang atau jasa, melainkan dari kemampuan untuk mengendalikan arus informasi dan perilaku manusia melalui data. Platform-platform digital tidak hanya memediasi komunikasi; mereka adalah pabrik raksasa yang memanen atensi dan perilaku sebagai sumber daya utama (Zuboff, 2019).

Komunikasi digital dalam kerangka ini tidak dapat dilepaskan dari logika pasar. Algoritma dirancang bukan untuk kepentingan publik, melainkan untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dan waktu tinggal pengguna (*retention time*), karena metrik inilah yang menentukan nilai jual data kepada pengiklan dan investor. Informasi yang kita terima, interaksi yang kita lakukan, dan bahkan emosi yang kita rasakan di platform digital—semuanya telah menjadi bagian dari proses produksi nilai dalam ekonomi informasi. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa dalam kapitalisme data, subjek manusia direduksi menjadi produsen: produsen sekaligus konsumen data. Kerangka ekonomi politik komunikasi juga menunjukkan bagaimana

konsentrasi kekuasaan dalam industri teknologi digital memperparah ketimpangan informasi. Lima sampai enam perusahaan besar (Google, Meta, Amazon, Apple, Microsoft, TikTok) menguasai mayoritas data pengguna dunia, sekaligus memiliki infrastruktur cloud dan sistem kecerdasan buatan (AI) yang digunakan secara global. Kekuasaan ini tidak hanya bersifat teknis atau finansial, tetapi juga simbolik dan politis. Ketika perusahaan-perusahaan ini dapat mengatur *discourse* publik, mengendalikan arus informasi, bahkan mempengaruhi pemilu atau kebijakan melalui rekayasa data, maka dominasi tersebut menjadi ancaman langsung terhadap demokrasi.

Kritik Mosco terhadap mitos teknologi juga relevan di sini. Ia memperingatkan bahwa ada kecenderungan dalam masyarakat untuk memperlakukan teknologi—termasuk big data—sebagai sesuatu yang otonom dan solutif secara inheren. Inilah yang ia sebut sebagai digital sublime, yaitu cara berpikir yang mengagung-agungkan teknologi dan mengabaikan struktur kuasa dan ekonomi di baliknya. Dalam konteks ini, big data sering dipresentasikan sebagai alat objektif untuk pengambilan keputusan publik, padahal dalam praktiknya, data tersebut sering kali mencerminkan bias struktural, kepentingan industri, atau eksklusivitas sosial tertentu.

Dalam berbagai program kebijakan publik yang menggunakan data digital (seperti *smart city* atau sistem bantuan sosial berbasis data), sering kali kelompok marginal seperti masyarakat miskin, minoritas, atau warga tanpa akses digital justru menjadi pihak yang paling terdampak oleh kesalahan atau ketimpangan data. Hal ini memperkuat argumen bahwa penggunaan big data tanpa pendekatan kritis justru dapat memperkuat ketidakadilan struktural yang sudah ada. Dalam kerangka ekonomi politik, solusi terhadap dominasi kapitalisme data bukan sekadar pada transparansi teknis atau kebijakan privasi, tetapi pada transformasi struktur kepemilikan dan kontrol terhadap data. Hal ini mencakup gagasan tentang data publik, kedaulatan digital, serta platform alternatif yang berbasis pada prinsip keterbukaan, kolektivitas,

dan etika distribusi nilai. Ini menuntut intervensi tidak hanya dari negara, tetapi juga dari akademisi, masyarakat sipil, dan komunitas pengguna itu sendiri untuk merebut kembali kendali atas infrastruktur komunikasi yang kini dikuasai oleh oligopoli global.

Big data dalam ekonomi digital adalah lebih dari sekadar sumber daya informasi; ia adalah medan kuasa, arena pertarungan nilai, dan komoditas ideologis. Komunikasi hari ini bukan hanya cara manusia berbicara, tetapi cara kapital mengatur bagaimana manusia berpikir, merasa, dan bertindak.

Implikasi Sosial dan Krisis Komunikasi Publik

Salah satu konsekuensi paling mendalam dari ekspansi big data dalam kehidupan sosial adalah perubahan struktur dan kualitas ruang publik. Ruang publik ideal dimasa lampau sebagaimana dikemukakan oleh Jürgen Habermas adalah sebuah arena rasional di mana warga berdiskusi secara terbuka dan deliberatif mengenai isu-isu bersama, tanpa dominasi kekuasaan atau kepentingan ekonomi (Habermas & Burger, 1991). Namun dalam era digital yang didorong oleh logika algoritma dan ekonomi atensi, ruang publik justru mengalami krisis representasi, polarisasi ekstrem, dan pergeseran dari deliberasi menuju performativitas. Platform media sosial yang seharusnya menjadi alat demokratisasi justru sering menjadi ladang penyebaran hoaks, pembentukan ruang gema (*echo chambers*), dan penguatan opini ekstrem. Hal ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan akibat langsung dari cara kerja algoritma yang mendorong keterlibatan emosional tinggi.

Konten yang memicu kemarahan, kecemasan, atau euforia sering kali lebih disebarkan karena dianggap mampu mempertahankan perhatian pengguna lebih lama – sebuah metrik yang secara langsung dikaitkan dengan nilai ekonomi platform. Dalam kerangka *public sphere* krisis ini

mencerminkan fragmentasi dan komersialisasi ruang diskusi. Warga tidak lagi bertemu dalam ruang rasional bersama tetapi tersebar dalam komunitas tertutup yang hanya memperkuat pandangan mereka sendiri. Dengan demikian komunikasi digital hari ini lebih bersifat self-reinforcing daripada inter-subjektif. Ini menjadikan diskursus publik cenderung terpecah, tidak inklusif, dan sulit membentuk konsensus sosial yang sehat. Dalam perspektif lain, Edward Herman dan Noam Chomsky dalam *Manufacturing Consent* menyoroti bagaimana media berperan dalam membentuk persetujuan masyarakat terhadap sistem yang dominan melalui proses seleksi, penghilangan, dan pembingkaiannya informasi (Herman & Chomsky, 2011).

Di era big data fungsi ini tidak hanya dilakukan oleh media massa konvensional tetapi juga oleh platform digital melalui sistem kurasi algoritmik. Konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dominan atau yang merugikan aktor berkekuatan ekonomi dan politik besar bisa saja secara sistematis ditekan visibilitasnya bahkan dihapus. Kontrol atas informasi telah bergeser dari editor manusia ke logika sistem yang tidak akuntabel. Fenomena ini memperkuat apa yang oleh banyak peneliti disebut sebagai krisis komunikasi publik –situasi di mana kapasitas publik untuk mengakses informasi yang beragam, akurat, dan kontekstual menjadi sangat terbatas. Dalam konteks ini *mass self-communication* (Castells) yang seharusnya memberi kekuatan pada individu untuk menyiarkan pesan secara luas, justru sering terjebak dalam arsitektur sistem yang mengutamakan ekspresi yang "layak dijual" secara algoritmik. Kebebasan berbicara memang meningkat, tetapi kebebasan untuk didengar dan dipahami menjadi semakin eksklusif.

Krisis ini semakin parah dengan maraknya fenomena populisme digital di mana tokoh-tokoh publik menggunakan media sosial bukan sebagai ruang dialog tetapi sebagai panggung propaganda langsung ke massa. Dalam kondisi ini komunikasi berubah dari proses deliberatif menjadi

pertunjukan afektif yang mengandalkan jargon, meme, dan serangan terhadap lawan, bukan argumentasi atau pertukaran ide. Fenomena ini memperlemah fungsi ruang publik sebagai tempat pertemuan gagasan dan memperkuat polarisasi emosional yang sering kali berujung pada delegitimasi pengetahuan ilmiah, jurnalisme independen, dan institusi demokratis. Selain itu struktur komunikasi digital juga memperbesar kesenjangan representasi antarwilayah, kelas sosial, dan kelompok minoritas. Mereka yang memiliki literasi digital tinggi, koneksi internet cepat, dan perangkat modern memiliki peluang lebih besar untuk menjadi bagian dari diskursus publik, sementara kelompok marginal sering kali tertinggal atau bahkan tidak terwakili sama sekali dalam data yang dikumpulkan. Ketimpangan ini bukan hanya bersifat teknologis, tetapi juga struktural: siapa yang memiliki data, siapa yang membacanya, dan siapa yang menentukan maknanya adalah pertanyaan politis, bukan teknis.

Negara-negara demokratis menghadapi dilema serius dari sisi kebijakan. Di satu sisi regulasi diperlukan untuk mengatasi penyalahgunaan data dan disinformasi. Di sisi lain intervensi yang berlebihan berisiko membatasi kebebasan berekspresi. Perdebatan ini belum menemukan titik temu apalagi di tengah kecenderungan banyak negara menggunakan narasi “perlindungan data” untuk justru memperluas kontrol negara atas informasi. Dalam konteks ini pentingnya tata kelola komunikasi digital yang demokratis, transparan, dan partisipatif menjadi semakin mendesak. Era big data membawa kita pada tantangan besar: bagaimana mempertahankan prinsip komunikasi publik yang terbuka, rasional, dan adil dalam sistem yang didesain untuk keterlibatan afektif, eksklusivitas simbolik, dan dominasi ekonomi. Ini adalah persoalan struktural yang menuntut refleksi dan intervensi dari berbagai pihak: akademisi, jurnalis, pembuat kebijakan, masyarakat sipil, dan terutama pengguna media digital itu sendiri.

Refleksi Epistemologis dan Tanggung Jawab Ilmu Komunikasi

Transformasi besar dalam cara manusia berkomunikasi akibat big data menuntut respon tidak hanya teknis dan praktis tetapi juga epistemologis. Studi komunikasi tidak dapat lagi berpijak pada pendekatan-pendekatan klasik yang menekankan linieritas pengirim–pesan–penerima melainkan harus bergerak ke arah pemahaman yang lebih kompleks dan reflektif atas komunikasi sebagai praktik sosial yang diproduksi, dimediasi, dan dibatasi oleh infrastruktur data dan algoritma. Di sinilah letak tantangan dan sekaligus peluang besar bagi ilmu komunikasi: memperluas horizon teoritis dan metodologis agar mampu memahami dunia digital yang semakin sarat makna, kuasa, dan dinamika ideologis. Big data secara epistemologis menantang fondasi cara kita “mengetahui”. Ia memaksa kita untuk memikirkan kembali pertanyaan dasar: Apa yang dianggap sebagai fakta? Siapa yang menentukan kebenaran? Apa yang dianggap sebagai pengetahuan sah? Dalam sistem berbasis algoritma, validitas sering kali diukur berdasarkan kuantitas keterlibatan atau viralitas, bukan kualitas argumentasi atau kebenaran empiris. Hal ini menciptakan situasi epistemik baru di mana visibilitas digital lebih menentukan daripada substansi. Dampaknya terasa pada berbagai bidang: dalam jurnalisme, berita yang viral bisa lebih dipercaya ketimbang investigasi yang mendalam; dalam ilmu pengetahuan, narasi yang populer di media sosial bisa lebih mempengaruhi opini publik ketimbang hasil riset akademik yang sah; dan dalam kebijakan, data keterlibatan bisa lebih menentukan arah keputusan ketimbang dialog deliberatif. Ilmu komunikasi sebagai bidang yang menjembatani pengetahuan, media, dan masyarakat, harus berada di garda depan untuk mengkritisi perubahan ini.

Salah satu strategi yang dapat diambil adalah mengembangkan pendekatan hibrida dan multiparadigmatik. Riset komunikasi tidak bisa lagi terjebak dalam dikotomi kuantitatif vs. kualitatif, atau positivistik vs. interpretatif. Dalam konteks

big data peneliti perlu menguasai kemampuan teknis seperti data scraping, analisis jaringan sosial, dan pemodelan statistik (Hansen et al., 2011) tetapi juga mempertahankan kemampuan interpretatif untuk memahami makna sosial, konteks budaya, dan implikasi politis dari data. Kombinasi ini memberikan ruang bagi analisis yang tidak hanya “apa yang terjadi”, tetapi juga “mengapa itu terjadi” dan “untuk siapa itu menguntungkan”. Selain metodologi dimensi etika dan politik dalam studi komunikasi juga harus diperkuat. Data bukanlah entitas netral; ia adalah hasil interaksi sosial yang kompleks dan sering kali mengandung bias, eksklusif, atau bahkan kekerasan simbolik. Oleh karena itu penting untuk selalu menempatkan data dalam konteks sosialnya: siapa yang dikumpulkan, siapa yang diabaikan, bagaimana data itu digunakan, dan dengan tujuan apa. Dalam hal ini, etika data bukan sekadar soal privasi, tetapi juga soal representasi, keadilan distribusi informasi, dan akses terhadap sumber daya digital. Ilmu komunikasi perlu memainkan peran aktif dalam pendidikan literasi digital kritis. Literasi digital bukan hanya kemampuan mengoperasikan perangkat, tetapi juga kemampuan memahami bagaimana informasi dibingkai, bagaimana opini dibentuk oleh algoritma, dan bagaimana data digunakan untuk mengarahkan perilaku. Pendidikan komunikasi masa kini harus membekali masyarakat untuk tidak sekadar menjadi konsumen informasi, tetapi juga aktor reflektif dalam membentuk ruang publik yang adil dan inklusif.

Dalam konteks kebijakan dan pembangunan peran penting ilmu komunikasi dalam menjembatani antara teknologi dan masyarakat. Banyak kebijakan berbasis data hari ini dirancang tanpa keterlibatan warga atau tanpa pertimbangan konteks sosial yang memadai. Di sinilah ilmuwan komunikasi bisa berperan sebagai penghubung: menyampaikan bagaimana kebijakan teknologi akan berdampak pada struktur sosial, bagaimana warga memaknai dan merespon perubahan digital, dan bagaimana proses partisipatif dapat dibangun untuk menciptakan kebijakan yang lebih responsif dan demokratis. Refleksi epistemologis ini menegaskan bahwa

big data bukanlah akhir dari pengetahuan, melainkan medan baru tempat pengetahuan dipertaruhkan. Dalam medan ini ilmu komunikasi harus bersifat ganda: analitis dan kritis, teknis dan interpretatif, lokal dan global. Ia harus mampu membaca data sekaligus menafsirkan makna, memahami infrastruktur sekaligus mengungkap relasi kuasa di baliknya. Hanya dengan cara inilah komunikasi dapat dipahami dan dipraktikkan sebagai kekuatan sosial yang membebaskan, bukan menundukkan.

Laboratorium Komunikasi *Big Data* sebagai Model Praktis

Di tengah kompleksitas teoritis dan politis yang menyertai perkembangan big data, kebutuhan untuk menjembatani antara konsep akademik dan implementasi lapangan menjadi sangat mendesak. Salah satu bentuk konkret dari upaya ini adalah pendirian Laboratorium Komunikasi Big Data yang dapat berfungsi sebagai ruang integratif untuk riset, pendidikan, advokasi, dan kolaborasi lintas sektor. Model laboratorium ini merepresentasikan perwujudan langsung dari pendekatan reflektif, kritis, dan multidisipliner terhadap studi komunikasi digital berbasis data besar. Laboratorium Komunikasi Big Data bukan hanya tempat untuk melakukan analisis data secara teknis—seperti scraping, analisis jaringan, atau visualisasi—tetapi juga sebagai ruang epistemik untuk mengembangkan metodologi komunikasi yang kontekstual dan etis. Di sini teori komunikasi tidak berhenti pada level konseptual, tetapi diuji melalui kerja-kerja empirik yang melibatkan komunitas, institusi publik, dan sektor industri. Ini menjadikan laboratorium bukan sekadar fasilitas, tetapi sebagai aktor pengetahuan yang aktif dalam memproduksi makna, intervensi, dan pengaruh sosial.



Gambar 4. Laboratorium Komunikasi Big Data

Salah satu keunggulan pendekatan laboratorium adalah kemampuannya untuk menggabungkan berbagai keahlian lintas disiplin: ilmu komunikasi, data science, desain informasi, sosiologi, psikologi, hingga kebijakan publik. Dalam praktiknya, ini menghasilkan proyek riset yang lebih adaptif dan relevan terhadap isu sosial kontemporer, seperti misinformasi politik, fragmentasi ruang publik, kesehatan digital, atau keterlibatan warga dalam kebijakan berbasis data. Melalui laboratorium maka mahasiswa dapat diajak untuk tidak hanya membaca teori Foucault tentang kuasa-pengetahuan tetapi juga mengamati bagaimana algoritma TikTok atau YouTube bekerja sebagai mekanisme kontrol visibilitas. Mereka tidak hanya belajar tentang hegemoni ala Gramsci secara abstrak, tetapi juga memetakan siapa yang paling sering muncul di trending topic, dan mengapa suara tertentu lebih sering tenggelam. Ini menjadikan pembelajaran bersifat dialektis: teori diuji dalam praktik, dan praktik dikembalikan dalam refleksi teoritis. Laboratorium semacam ini dapat berperan sebagai jembatan antara akademisi dan pembuat kebijakan. Analisis tren percakapan publik di media sosial, misalnya, dapat menjadi bahan pertimbangan bagi instansi pemerintah dalam merumuskan strategi komunikasi krisis atau kampanye layanan publik. Ini memperkuat posisi ilmu komunikasi sebagai bidang yang strategis dan aplikatif di era data, sekaligus menunjukkan bahwa produksi pengetahuan tidak

eksklusif berada di menara gading universitas, melainkan beririsan langsung dengan kebutuhan sosial.

Laboratorium Komunikasi Big Data juga bisa menjadi alat pemberdayaan masyarakat. Dengan prinsip keterbukaan dan kolaborasi, laboratorium dapat melibatkan komunitas lokal dalam memahami data sebagai sumber daya kolektif, bukan hanya milik korporasi atau institusi. Melalui pelatihan, lokakarya, dan proyek kolaboratif, warga dapat belajar bagaimana membaca data secara kritis, mengekspresikan diri secara strategis di platform digital, dan memanfaatkan data untuk advokasi isu-isu sosial seperti lingkungan, kesehatan, atau pendidikan. Mewujudkan laboratorium semacam ini dibutuhkan dukungan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kebijakan institusional dan komitmen ideologis. Ini mencakup pengakuan bahwa riset komunikasi digital tidak bisa hanya dilihat sebagai pelengkap dari bidang teknologi informasi, tetapi sebagai bagian dari arsitektur pengetahuan yang memengaruhi arah perkembangan masyarakat. Dengan kata lain, keberadaan laboratorium bukan sekadar tambahan fasilitas akademik, tetapi sebagai bentuk tanggung jawab sosial dari perguruan tinggi dan lembaga riset dalam menghadapi tantangan komunikasi abad ke-21. Melalui Laboratorium Komunikasi Big Data dapat menjadi contoh nyata bagaimana teori-teori besar dalam kajian komunikasi digital—dari Castells, Foucault, Gramsci, hingga Mosco—dapat diterjemahkan ke dalam kerja-kerja sosial yang berdampak. Ia adalah bukti bahwa ilmu komunikasi tidak hanya mengamati dunia, tetapi juga ikut serta dalam membentuknya secara aktif, etis, dan transformatif.

Perkembangan teknologi digital dan ekspansi big data telah menciptakan pergeseran mendalam dalam lanskap komunikasi global. Komunikasi tidak lagi semata proses pertukaran pesan antara individu, tetapi telah menjelma menjadi sistem yang kompleks—dibentuk oleh arsitektur platform, dikendalikan oleh algoritma, dan digerakkan oleh logika ekonomi informasi. Dalam konteks ini, big data bukan hanya

sumber informasi, melainkan juga infrastruktur sosial, alat produksi pengetahuan, dan wahana kekuasaan simbolik.

Pembahasan dalam tulisan ini menegaskan bahwa memahami big data dari perspektif ilmu komunikasi menuntut pendekatan multidisipliner, kritis, dan reflektif. Melalui kerangka *network society* dan *mass self-communication* dari Manuel Castells kita melihat bahwa individu saat ini terhubung dalam jejaring global yang memberdayakan sekaligus membatasi. Komunikasi menjadi personal sekaligus masif, otonom namun dibingkai sistem. Dengan bantuan konsep kuasa-pengetahuan dari Michel Foucault, diperjelas bahwa algoritma dan sistem data bukanlah entitas netral; ia adalah instrumen pengawasan, klasifikasi, dan normalisasi sosial yang bekerja tanpa paksaan langsung namun sangat efektif dalam membentuk realitas. Melalui hegemoni dari Antonio Gramsci dijelaskan bahwa dominasi hari ini tidak hadir dalam bentuk represif, melainkan dalam bentuk konsensus yang direproduksi melalui afordansi teknologi dan nilai-nilai kapitalisme digital. Melalui Vincent Mosco serta pendekatan ekonomi politik kita memahami bagaimana data telah menjadi komoditas, pengguna menjadi pekerja tak terlihat, dan komunikasi menjadi bagian dari rantai nilai ekonomi global.

Komunikasi hari ini bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi tentang siapa yang memiliki data, siapa yang mengontrol platform, dan siapa yang menentukan makna. Kekuatan analisis kritis ini tidak boleh berhenti pada tataran teori. Untuk itu model Laboratorium Komunikasi Big Data ditawarkan sebagai bentuk artikulasi praktis dari pendekatan-pendekatan tersebut. Laboratorium bukan hanya tempat mengolah data, tetapi juga ruang dialektika antara teori dan praktik, antara kampus dan komunitas, antara riset dan advokasi. Ia menjadi arena konkret tempat pembacaan terhadap big data dilakukan secara kritis, kolaboratif, dan partisipatif—mendorong mahasiswa, peneliti, dan masyarakat untuk tidak hanya membaca data, tetapi juga menafsirkan, mempertanyakan, dan menggunakannya untuk perubahan

sosial yang lebih adil. Pengetahuan yang dihasilkan dari studi komunikasi dalam era big data tidak boleh bersifat teknokratik belaka. Ia harus memiliki sensitivitas sosial, keberpihakan etis, dan keberanian politik untuk menginterogasi sistem yang tampak tak tergoyahkan. Komunikasi bukan sekadar objek kajian, tetapi medan perjuangan antara keterbukaan dan kontrol, antara demokrasi dan dominasi, antara suara publik dan kekuasaan tersembunyi. Dalam medan ini, ilmu komunikasi harus menjadi kompas, bukan hanya kamera; ia harus mengarahkan, bukan sekadar merekam.

Dengan demikian tulisan ini tidak hanya menawarkan pemahaman konseptual terhadap peran big data dalam komunikasi, tetapi juga mengusulkan paradigma baru dalam membaca dan membentuk komunikasi digital: paradigma yang berpijak pada analisis kuasa, keadilan informasi, literasi kritis, dan keberdayaan komunitas. Ini adalah kontribusi yang bukan hanya relevan bagi akademisi komunikasi, tetapi juga penting bagi siapa pun yang peduli pada masa depan demokrasi, keadilan sosial, dan kemanusiaan dalam era informasi yang semakin kompleks.

Referensi

- Arianto, I. D., Ida, R., & Marijan, K. (2023). Pseudo Power Tiga Periode pada Jaringan Komunikasi Islam Tradisional dan Modern di Media Sosial Twitter. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 177. <https://doi.org/10.31315/jik.v21i2.9932>
- Arianto, I. D., Ida, R., & Marijan, K. (2024). Discourse Communication Network Analysis of “3 Periode” on Twitter Social Media. *Jurnal Administrasi Publik*, 22(1), 2615–7268.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977*. Phanteon Books.

- Habermas, J., & Burger, T. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press. <https://books.google.co.id/books?id=e799caakIWoc>
- Hansen, D., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2011). *ANALYZING SOCIAL MEDIA NETWORKS WITH NODEXL Insight from a Connected World* (1st ed.). Morgan Kaufmann.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2011). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Knopf Doubleday Publishing Group. <https://books.google.co.id/books?id=18IWX4hxHNUC>
- Hutchby, Ian. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, 35(2), 441–456. <https://doi.org/10.1177/S0038038501000219>
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya* (1st ed.). Prenada Media Group.
- Kendall, G., & Wickham, G. (1999). *Using Foucault's Methods*. <https://doi.org/10.4135/9780857020239>
- Marijan, K. (2019). *Sistem politik Indonesia: Konsolidasi demokrasi pasca orde baru*. Kencana Prenada Media Group.
- Mosco, V. (2025). *Critical communication: A memoir*. Michigan Publishing Services.
- Suyanto, B. (2020). *Memahami Teori Sosial*. Airlangga University Press. <https://books.google.co.id/books?id=aBnIDwAAQBAJ>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs. <https://books.google.co.id/books?id=MJ5ADwAAQBAJ>

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom. adalah akademisi dan praktisi komunikasi digital yang aktif di tingkat nasional dan internasional. Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Selain itu juga sebagai Kepala Laboratorium Integrated Digital yang berfokus pada penelitian komunikasi digital berbasis big data. Dr. Irwan Dwi Arianto merupakan Founder ASIGTA (Analisis Komunikasi Big Data) yang telah mengembangkan berbagai pendekatan inovatif dalam menganalisis komunikasi digital, termasuk analisis jaringan sosial, percakapan daring, dan visualisasi data (www.asigta.org). Di tingkat internasional aktif sebagai Network Instructor NodeXL sebuah perangkat analisis jaringan sosial yang dikembangkan oleh Social Media Research Foundation (SMRF). Dalam ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi) sebagai Pengurus Pusat di Bidang Standarisasi Laboratorium Ilmu Komunikasi. Fokus akademiknya meliputi Komunikasi Digital, Komunikasi Big Data dan Komputasi Sosial. Irwan_dwiarianto.ilkom@upnjatim.ac.id

DINAMIKA KOMUNIKASI KESANTUNAN DI ERA DIGITAL

Zikri Fachrul Nurhadi

Universitas Garut

zikri_fn@uniga.ac.id

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap interaksi sosial manusia secara drastis. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis komunikasi, tetapi juga menyentuh nilai-nilai budaya dan etika yang melekat dalam proses penyampaian pesan. Dalam konteks ini, kesantunan sebagai bagian penting dari komunikasi menjadi perhatian utama, khususnya ketika interaksi dilakukan melalui media digital. Kesantunan komunikasi bukan sekadar tata krama berbahasa, melainkan mencerminkan nilai-nilai sosial, empati, dan penghormatan terhadap keberagaman (Aditya, 2021).

Kemajuan teknologi digital telah memunculkan berbagai platform komunikasi

baru seperti media sosial, aplikasi pesan instan, forum daring, dan situs berbagi konten yang memungkinkan setiap individu untuk menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Kemudahan ini berdampak pada perubahan pola komunikasi yang lebih cepat, langsung, dan sering kali minim pertimbangan emosional. Fenomena seperti komentar kasar, sarkasme digital, hingga ujaran kebencian menjadi semakin lazim, menciptakan lingkungan komunikasi yang kurang sehat. Dalam kondisi ini, kesantunan sebagai norma sosial mulai tergerus (Nuraini, 2022).

Landasan teori komunikasi kesantunan banyak dijelaskan oleh Brown dan Levinson (1987) dalam teorinya mengenai strategi kesantunan (*politeness strategy*). Menurut mereka, setiap individu memiliki “wajah” yang ingin dijaga baik wajah positif (keinginan untuk diterima) maupun wajah negatif (keinginan untuk bebas dari tekanan). Dalam interaksi digital, upaya menjaga wajah tersebut sering kali tidak diperhatikan karena komunikasi dilakukan secara cepat dan tidak langsung. Ketidakhadiran unsur non-verbal juga membuat pesan-pesan sopan sulit ditafsirkan secara akurat, sehingga meningkatkan risiko miskomunikasi (Hartati, 2023).

Fenomena ini semakin kompleks ketika komunikasi digital tidak mengenal batas geografis dan sosial. Interaksi antara individu dari latar belakang budaya, usia, dan pendidikan yang berbeda menimbulkan tantangan tersendiri dalam menjaga kesantunan. Misalnya, bentuk komunikasi yang dianggap sopan dalam satu budaya bisa jadi tidak demikian dalam budaya lain. Hal ini memunculkan perlunya sensitivitas budaya dan pemahaman lintas budaya dalam komunikasi digital (Rachmawati, 2023).

Literasi digital menjadi elemen krusial dalam membentuk komunikasi yang santun. Literasi digital bukan hanya soal kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap etika, hukum, dan dampak sosial dari aktivitas daring. Menurut penelitian Putra dan Sari (2022), rendahnya literasi digital berkorelasi dengan

meningkatnya perilaku tidak santun di media sosial, seperti melakukan komentar negatif tanpa dasar, menyebarkan hoaks, dan terlibat dalam perundungan siber.

Kesantunan dalam komunikasi digital juga mengalami reinterpretasi, terutama oleh generasi muda. Generasi Z dan generasi milenial, misalnya, cenderung menggunakan gaya komunikasi yang lebih lugas dan ekspresif, yang sering kali ditafsirkan sebagai kurang sopan oleh generasi yang lebih tua. Namun, dalam konteks komunitas digital mereka, gaya komunikasi tersebut dianggap wajar dan diterima. Perbedaan persepsi ini menunjukkan pentingnya konteks dalam menilai kesantunan (Putra & Sari, 2022).

Tidak hanya dalam komunikasi antarpribadi, dinamika kesantunan juga penting dalam komunikasi organisasi, pendidikan, dan pemerintahan. Selama pandemi COVID-19, misalnya, pergeseran besar-besaran ke komunikasi daring menyebabkan banyak institusi mengalami kesulitan menjaga norma komunikasi yang baik. Guru dan dosen harus belajar menyesuaikan gaya komunikasi mereka agar tetap sopan namun efektif di platform daring seperti Zoom atau Google Meet (Yuliana, 2024). Sebuah laporan oleh We Are Social (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 200 juta penduduk Indonesia telah terhubung ke internet, dan sebagian besar menghabiskan waktu rata-rata lebih dari 3 jam per hari di media sosial. Fakta ini menunjukkan betapa besar pengaruh ruang digital terhadap kehidupan sosial masyarakat. Ketika komunikasi di ruang digital tidak diiringi dengan nilai-nilai kesantunan, maka akan muncul berbagai permasalahan sosial, seperti perpecahan, konflik, dan kekerasan verbal daring (We Are Social, 2023).

Kesantunan digital tidak hanya menjadi isu moral, tetapi juga menjadi indikator kualitas ruang publik digital. Komunikasi yang sopan menciptakan suasana dialog yang sehat, meningkatkan keterlibatan pengguna secara positif, dan memperkuat kepercayaan sosial. Sebaliknya, komunikasi yang penuh kekerasan verbal dapat menurunkan kualitas

demokrasi digital dan menghambat kebebasan berekspresi yang bertanggung jawab (Prasetyo & Wulandari, 2020). Menariknya, beberapa platform media sosial kini mulai menerapkan algoritma dan kebijakan moderasi yang mendukung kesantunan. Misalnya, Instagram memberikan peringatan otomatis saat pengguna hendak mengunggah komentar negatif. YouTube dan TikTok juga memperketat kebijakan terhadap ujaran kebencian dan konten yang tidak etis. Meskipun demikian, upaya ini tidak cukup tanpa partisipasi aktif dari pengguna itu sendiri untuk menjaga kualitas komunikasi (Hartati, 2023).

Dalam konteks ini, kesantunan digital harus dipandang sebagai tanggung jawab kolektif yang melibatkan individu, institusi, pemerintah, dan penyedia platform. Literasi digital, pendidikan karakter, dan regulasi yang jelas merupakan elemen penting untuk mewujudkan komunikasi yang sehat. Maka dari itu, penting untuk menelaah lebih dalam bagaimana dinamika komunikasi kesantunan berkembang di era digital, apa saja tantangan yang dihadapi, dan bagaimana solusi dapat dikembangkan secara sistematis.

Permasalahan Dinamika Komunikasi Kesantunan di Media Sosial di Era Sekarang, bahwa media sosial telah menjadi ruang komunikasi publik yang dominan dalam kehidupan masyarakat modern. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, muncul pula berbagai persoalan terkait dengan lunturnya nilai-nilai kesantunan dalam komunikasi daring. Salah satu permasalahan utama adalah menurunnya standar kesantunan akibat efek disinhibisi online, yakni kondisi ketika individu merasa lebih bebas mengekspresikan dirinya secara negatif karena komunikasi tidak dilakukan secara tatap muka. Menurut Suler (2004), efek ini mendorong perilaku seperti penghinaan, kemarahan, bahkan ujaran kebencian yang jarang dilakukan dalam kehidupan nyata. Fenomena ini masih sangat relevan dalam konteks saat ini, sebagaimana ditunjukkan oleh Nuraini (2022), yang menemukan bahwa pengguna media sosial di Indonesia cenderung

menyampaikan komentar kasar karena merasa aman di balik layar.

Selain itu, anonimitas dalam media sosial memicu hilangnya tanggung jawab personal. Banyak pengguna menggunakan akun palsu atau anonim untuk menyampaikan kritik, hinaan, bahkan fitnah. Hal ini mendorong munculnya budaya komunikasi yang bebas nilai dan jauh dari etika sopan santun. Prasetyo dan Wulandari (2020) mencatat bahwa lemahnya sanksi sosial terhadap pelanggaran etika komunikasi di ruang digital menjadi faktor utama memburuknya kualitas interaksi daring. Minimnya regulasi yang tegas dari platform media sosial turut memperparah keadaan ini. Banyak konten negatif tetap bertahan selama tidak dilaporkan secara masif, dan algoritma media sosial bahkan cenderung mempromosikan konten yang bersifat provokatif karena tingginya potensi interaksi yang dihasilkannya (Vosoughi et al., 2018).

Kurangnya literasi digital, terutama dalam hal etika komunikasi, merupakan permasalahan krusial lainnya. Banyak pengguna belum memahami bahwa media sosial adalah ruang publik yang juga memerlukan etika yang serupa dengan kehidupan nyata. Berdasarkan hasil survei Kominfo (2022), hanya 33% masyarakat Indonesia yang memahami pentingnya etika digital, yang mencakup kesantunan berbahasa, menghargai privasi orang lain, dan tidak menyebarkan informasi palsu. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna belum memiliki pemahaman kritis terhadap dampak sosial dari aktivitas daring mereka.

Budaya *call-out* atau kecaman terbuka di media sosial juga menjadi tantangan tersendiri bagi keberlangsungan komunikasi yang santun. Dalam budaya ini, seseorang atau sekelompok orang dipermalukan di ruang publik digital sebagai bentuk “pengadilan sosial”. Meskipun tujuan awalnya seringkali mulia, seperti menuntut keadilan atau mengungkap ketidakbenaran praktik ini tidak jarang dilakukan dengan cara yang tidak sopan, bahkan kasar. Yuliana (2024) menjelaskan bahwa *call-out culture* yang tidak terkendali dapat

menciptakan siklus kekerasan verbal dan memperburuk polarisasi sosial di media sosial.

Permasalahan lain yang tak kalah penting adalah polarisasi opini. Media sosial telah membentuk ruang gema (*echo chamber*), di mana pengguna hanya terpapar pada informasi dan opini yang sejalan dengan pandangannya. Ketika dihadapkan dengan opini yang berbeda, respons pengguna sering kali bersifat defensif dan agresif. Dalam konteks ini, kesantunan dalam berdiskusi menjadi sulit dipraktikkan. Rachmawati (2023) menyoroti bahwa perbedaan ideologi dan budaya digital sering kali tidak ditanggapi dengan sikap toleran, melainkan dengan pernyataan kasar, bahkan ujaran kebencian, yang semakin memperlebar jurang perbedaan. Norma kesantunan yang tidak seragam juga menjadi akar masalah dalam komunikasi di media sosial. Misalnya, komunikasi informal dengan penggunaan bahasa gaul atau singkatan bisa dianggap sopan dalam satu komunitas digital, namun dinilai tidak pantas oleh komunitas lain yang lebih konservatif. Ketidakjelasan ini menyebabkan seringnya kesalahpahaman antar pengguna. Hartati (2023) menegaskan bahwa sensitivitas budaya dan kemampuan memahami konteks sosial sangat penting dalam menjaga keharmonisan komunikasi daring.

Lebih jauh, generasi muda yang tumbuh bersama internet memiliki pendekatan berbeda terhadap kesantunan. Generasi Z, misalnya, cenderung menggunakan bahasa yang lugas dan ekspresif, yang oleh generasi lebih tua dianggap kasar atau tidak hormat. Menurut Putra dan Sari (2022), terdapat jurang persepsi antara generasi dalam hal standar kesantunan komunikasi digital. Perbedaan ini, jika tidak dijumpatani, dapat menimbulkan konflik antargenerasi yang merusak hubungan sosial di ruang digital.

Platform media sosial sebenarnya telah berupaya menerapkan algoritma dan kebijakan moderasi untuk mencegah konten tidak santun. Instagram, misalnya, telah menerapkan fitur peringatan otomatis saat pengguna hendak mengunggah komentar negatif. Namun, upaya ini masih jauh dari cukup.

Sebagaimana dicatat oleh Hartati (2023), efektivitas moderasi konten masih bergantung pada algoritma yang bisa bias dan belum mampu mendeteksi nuansa dalam bahasa dengan akurat. Akibatnya, banyak konten yang secara substansi bermasalah tetap beredar luas.

Kesemua permasalahan tersebut menunjukkan bahwa dinamika komunikasi kesantunan di media sosial di era sekarang bersifat kompleks dan multidimensi. Ia tidak hanya menyangkut masalah personal pengguna, tetapi juga menyangkut sistem digital yang menopang interaksi sosial, nilai-nilai budaya yang sedang berubah, dan regulasi yang belum mampu menjawab perkembangan teknologi secara cepat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan lintas sektor yang melibatkan edukasi, kebijakan, teknologi, dan partisipasi aktif masyarakat untuk menciptakan ruang digital yang sehat dan santun.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji berbagai aspek dari dinamika komunikasi kesantunan di era digital. Pembahasan akan meliputi definisi dan konsep dasar komunikasi kesantunan, bentuk-bentuk kesantunan digital, faktor-faktor penyebab lunturnya kesantunan dalam komunikasi daring, serta strategi dan kebijakan yang dapat diterapkan untuk mengembalikan nilai-nilai kesopanan dalam interaksi digital. Dengan pendekatan ilmiah dan berbasis data, diharapkan kajian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan komunikasi yang santun, inklusif, dan produktif di ruang digital Indonesia.

Transformasi Media Komunikasi dan Implikasinya terhadap Kesantunan

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan berbagai platform digital sebagai media komunikasi baru, seperti media sosial, aplikasi pesan instan, forum daring, dan kolom komentar dalam situs berita. Platform ini menciptakan ekosistem komunikasi yang berbeda secara

fundamental dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Dalam komunikasi digital, elemen non-verbal seperti intonasi suara, ekspresi wajah, dan gestur tidak hadir secara langsung. Akibatnya, makna suatu pesan lebih rentan disalahpahami atau diinterpretasi secara negatif (Locher & Watts, 2020).

Fenomena ini berdampak pada dinamika kesantunan. Di satu sisi, digitalisasi memberi peluang untuk memperluas jaringan sosial dan mempercepat pertukaran informasi. Di sisi lain, kemudahan dalam menyampaikan pesan secara instan dan anonim sering kali menurunkan standar kesopanan. Pengguna merasa lebih berani dan bebas dalam mengungkapkan pendapat tanpa mempertimbangkan etika komunikasi atau perasaan penerima pesan (Wang et al., 2021).

Kesantunan dalam Teori Pragmatik dan Perubahannya dalam Komunikasi Digital

Kesantunan dalam komunikasi sering dikaji melalui teori pragmatik, terutama oleh Brown dan Levinson (1987) yang membahas strategi kesantunan (*politeness strategies*). Strategi ini mencakup *positive politeness*, *negative politeness*, *bald on record*, dan *off record*. Dalam komunikasi tradisional, strategi ini tampak dalam pilihan kata, intonasi, dan struktur kalimat. Namun dalam komunikasi digital, terjadi pergeseran pada penerapan strategi tersebut. Misalnya, penggunaan emotikon atau emoji bisa menjadi pengganti intonasi suara atau ekspresi wajah untuk melunakkan pernyataan (Kádár & Haugh, 2021). Kalimat seperti "Maaf ya, aku agak lambat balesnya" menunjukkan bentuk kesantunan positif yang disesuaikan dengan konteks digital. Sayangnya, dalam banyak interaksi digital, *strategi bald on record* justru lebih dominan, terutama dalam forum debat atau kolom komentar. Ungkapan langsung tanpa basa-basi sering kali digunakan untuk menunjukkan ketegasan, namun tidak jarang justru menyinggung dan dianggap tidak sopan (Baxter & Mergel, 2020).

Anonimitas dan Disinhibisi: Tantangan Baru Kesantunan

Salah satu ciri khas komunikasi digital adalah kemungkinan anonimitas, baik secara parsial (menggunakan nama samaran) maupun total (tanpa identitas). Anonimitas ini menimbulkan disinhibisi *online*, yaitu berkurangnya kontrol diri dalam menyampaikan pesan. Individu merasa tidak memiliki tanggung jawab sosial yang sama seperti saat berkomunikasi secara langsung (Lapidot-Lefler & Barak, 2020). Disinhibisi ini dapat memunculkan dua sisi: positif dan negatif. Sisi positifnya, seseorang mungkin merasa lebih bebas mengungkapkan pendapat atau berbagi pengalaman yang sensitif. Namun sisi negatifnya jauh lebih menonjol, seperti maraknya ujaran kebencian, *body shaming*, *cyberbullying*, dan penghinaan berbasis SARA (Marwick & Lewis, 2021). Banyak studi mengaitkan perilaku tidak santun di media digital dengan efek disinhibisi tersebut. Tanpa adanya tekanan sosial langsung, pengguna lebih mudah melanggar norma kesantunan dan menggunakan bahasa kasar atau sarkastik (Udris, 2022).

Peran Norma Sosial dan Budaya dalam Komunikasi Kesantunan Digital

Kesantunan tidak bisa dilepaskan dari norma budaya dan sosial yang berlaku. Di Indonesia, misalnya, budaya komunikasi cenderung *high-context* dan menjunjung tinggi nilai sopan santun, penghormatan terhadap orang yang lebih tua, serta keharmonisan sosial. Dalam konteks digital, nilai-nilai ini tidak serta-merta hilang, namun mengalami proses adaptasi (Sutrisno & Harun, 2023). Beberapa studi menemukan bahwa masyarakat Indonesia cenderung menggunakan ungkapan formal dan sapaan kehormatan bahkan di ruang digital, terutama dalam komunikasi profesional atau antargenerasi. Namun demikian, tren globalisasi dan pergaulan digital yang lintas budaya ikut memengaruhi gaya komunikasi generasi muda, yang cenderung lebih langsung, singkat, dan informal (Fitria & Nur, 2021). Adaptasi budaya juga tampak dalam penggunaan bahasa campuran (*code-switching*) antara baha-

sa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa Inggris. Strategi ini bisa mencerminkan kedekatan atau keakraban, tetapi juga bisa menciptakan kesenjangan pemahaman jika tidak digunakan secara bijak (Mustikawati, 2022).

Kesantunan Digital dalam Konteks Media Sosial

Media sosial seperti X (sebelumnya Twitter), Facebook, Instagram, dan TikTok menjadi medan utama komunikasi digital masa kini. Interaksi dalam platform ini sering kali bersifat publik, simultan, dan viral, sehingga kesalahan atau ketidaksopanan dalam komunikasi bisa berdampak luas (Kim & Yang, 2020).

Kesantunan digital dalam media sosial memiliki tantangan unik, antara lain:

1. Karakter Terbatas dan Ekspresi Singkat Platform seperti X mendorong pesan singkat, sehingga pengguna kerap mengabaikan struktur kalimat atau ekspresi sopan demi efisiensi. Hal ini bisa menyebabkan makna menjadi lebih tajam atau kaku (Tagg, 2019).
2. Efek Viralitas dan Budaya Cancel Culture Ungkapan yang dinilai tidak sopan atau menyinggung bisa dengan cepat menyebar dan memicu gelombang kritik, bahkan boikot. Ini memperlihatkan bagaimana masyarakat digital membentuk dan menegakkan norma kesantunan secara kolektif (Clark, 2021).
3. Fenomena Flame War dan Toxic Communication Banyak diskusi daring berkembang menjadi perdebatan panas tanpa kendali, atau flame war, yang memperlihatkan degradasi norma kesantunan. Hal ini diperparah dengan adanya buzzer, troll, dan akun anonim (Andersson, 2020).
4. Strategi Kesantunan dalam Caption dan Komentar Meski banyak tantangan, pengguna juga mengembangkan strategi kesantunan digital melalui caption yang inspiratif, penggunaan emoji, tagar positif, serta sapaan hangat di kolom komentar seperti “semangat ya kak!” atau “makasih infonya” (Lee, 2023).

Pendidikan Literasi Digital dan Etika Komunikasi

Dalam merespons tantangan komunikasi kesantunan digital, peran literasi digital menjadi sangat penting. Literasi digital bukan hanya kemampuan teknis menggunakan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan etis, kritis, dan komunikatif dalam berinteraksi di ruang digital (Livingstone et al., 2020). Program pendidikan formal dan non-formal mulai mengintegrasikan materi etika komunikasi digital, termasuk:

- Mengenal bentuk komunikasi agresif dan manipulatif.
- Memahami pentingnya empati dan perspektif penerima pesan.
- Melatih keterampilan menyampaikan kritik secara santun.

Penting pula adanya edukasi tentang jejak digital. Kesadaran bahwa semua aktivitas daring meninggalkan rekam jejak mendorong pengguna untuk lebih berhati-hati dalam berkomunikasi (Hobbs, 2021). Di sisi lain, regulasi dari pemerintah dan platform digital juga berperan dalam mengatur batas-batas komunikasi, seperti melalui UU ITE dan kebijakan komunitas (Kementerian Kominfo, 2023).

Kesantunan dalam Komunikasi Profesional dan Akademik Digital

Di era pascapandemi, komunikasi digital semakin menjadi norma dalam lingkungan kerja dan akademik. Penggunaan email, grup WhatsApp, platform Zoom, dan LMS seperti Google Classroom memperlihatkan pentingnya etika komunikasi dalam konteks profesional. Kesantunan dalam komunikasi profesional meliputi:

- Penggunaan bahasa baku dan struktur kalimat yang jelas.
- Penerapan salam pembuka dan penutup.
- Penghindaran pesan singkat yang ambigu.
- Respons yang tepat waktu.

Kesalahan dalam komunikasi profesional bisa berdampak pada kredibilitas, produktivitas, dan relasi kerja. Oleh karena itu, institusi mulai merumuskan etika komunikasi digital profesional, termasuk pedoman dalam menulis email resmi, mengelola grup daring, dan menyampaikan kritik konstruktif (Ardiyanti & Susanti, 2021).

Proyeksi Masa Depan: Membangun Budaya Kesantunan Digital

Seiring dengan semakin melekatnya kehidupan digital dalam keseharian, kesantunan dalam komunikasi digital bukan lagi opsional, melainkan menjadi kompetensi utama. Budaya kesantunan digital harus dibangun secara kolektif melalui:

- Penguatan nilai-nilai budaya lokal dalam ruang digital.
- Pengembangan sistem pelaporan dan moderasi konten yang adil dan transparan.
- Peningkatan keterlibatan komunitas dalam menciptakan ruang digital yang sehat.
- Penanaman nilai empati dan toleransi sejak usia dini.

Teknologi Artificial Intelligence (AI) juga dapat dimanfaatkan untuk mendeteksi dan mencegah konten tidak santun. Namun, pada akhirnya, kesantunan adalah cerminan dari kesadaran diri, bukan semata-mata pengawasan eksternal (Zhou et al., 2022).

Berikut beberapa contoh terkait dengan dinamika kesantunan di era digital tentang Penggunaan Bahasa dalam Grup WhatsApp Komunitas. Dalam studi yang dilakukan oleh Astuti dan Yulianti (2020), ditemukan bahwa komunikasi dalam grup WhatsApp RT (Rukun Tetangga) mengalami dinamika kesantunan yang kompleks. Misalnya, beberapa anggota grup sering menggunakan bahasa langsung, perintah tanpa permintaan maaf, atau tanpa sapaan pembuka, seperti:

”Besok gotong royong jam 7. Jangan ada yang telat.”

Penggunaan gaya bahasa seperti itu dianggap tidak santun oleh sebagian anggota yang lebih tua atau berpegang pada norma komunikasi tradisional. Namun, di sisi lain, anggota yang lebih muda menganggapnya sebagai gaya komunikasi digital yang efisien dan to the point. Studi ini mencerminkan bahwa perbedaan generasi, konteks digital, dan minimnya ekspresi nonverbal di platform seperti WhatsApp bisa menyebabkan terjadinya benturan norma kesantunan dalam komunitas digital sehari-hari.

Contoh kedua tentang Komunikasi Kesantunan dalam Grup WhatsApp Komunitas. Dalam konteks digital sehari-hari, grup WhatsApp komunitas, seperti RT (Rukun Tetangga), pengajian, atau wali murid sekolah, menjadi ruang komunikasi yang merepresentasikan dinamika kesantunan antaranggota. Studi oleh Astuti dan Yulianti (2020) menemukan bahwa: “Penggunaan kalimat langsung tanpa mitigasi, seperti perintah tanpa sapaan atau tanpa partikel kesopanan, sering kali memunculkan ketegangan antargenerasi dalam grup digital” (Astuti & Yulianti, 2020).

Hal ini didukung oleh temuan Pranowo (2019), yang menyatakan bahwa “Dalam komunikasi digital berbasis teks, elemen nonverbal yang biasanya memperhalus ujaran menjadi hilang, sehingga pengguna harus mengandalkan strategi linguistik yang lebih eksplisit untuk mempertahankan kesantunan” (Pranowo, 2019). Misalnya, pernyataan seperti “*Besok gotong royong jam 7. Jangan telat.*” dianggap efisien oleh pengguna muda, namun menimbulkan kesan kasar atau menggurui bagi generasi lebih tua yang terbiasa dengan ungkapan seperti:

“Mohon partisipasi Bapak/Ibu untuk gotong royong besok pukul 07.00, semoga bisa hadir tepat waktu, ya.”

Studi lain oleh Sari dan Kartika (2021) menunjukkan bahwa adanya perbedaan pemahaman terhadap konteks dan norma digital menyebabkan munculnya potensi konflik pasif:

“Peserta komunikasi sering tidak menyadari bahwa bentuk ketidaksantunan dalam teks dapat ditafsirkan berbeda, tergantung pada usia, latar belakang budaya, dan relasi sosial” (Sari & Kartika, 2021). Dengan demikian, dinamika komunikasi kesantunan di era digital dalam grup WhatsApp komunitas memperlihatkan pergeseran norma, potensi kesalahpahaman lintas generasi, serta pentingnya penggunaan strategi kebahasaan yang adaptif.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara manusia berkomunikasi. Dalam konteks ini, kesantunan sebagai nilai budaya dan etika komunikasi turut mengalami transformasi. Munculnya platform digital seperti media sosial, forum daring, dan aplikasi pesan instan telah menciptakan ruang interaksi yang simultan, cepat, dan kadang anonim. Hal ini membawa konsekuensi terhadap praktik kesopanan dalam berbahasa, baik dari sisi bentuk maupun strategi komunikasinya. Dinamika komunikasi kesantunan di era digital menunjukkan adanya dua sisi yang saling bertentangan. Di satu sisi, kemajuan teknologi mempermudah pertukaran informasi dan memperluas jangkauan komunikasi lintas batas budaya. Di sisi lain, muncul tantangan baru seperti disinformasi online, ujaran kebencian, dan penurunan sensitivitas terhadap norma kesopanan. Budaya digital yang menekankan kecepatan dan keterbukaan kadang kali mengesampingkan nilai-nilai empati dan pertimbangan etis dalam komunikasi.

Meski demikian, adaptasi terhadap perubahan ini menunjukkan bahwa masyarakat digital juga memiliki kapasitas untuk mengembangkan bentuk-bentuk kesantunan baru yang sesuai dengan konteks daring. Penggunaan emoji, tanda baca yang ekspresif, serta sapaan-sapaan ramah dalam kolom komentar menunjukkan bahwa kesantunan tetap dibutuhkan dan diapresiasi. Oleh karena itu, membangun budaya komunikasi digital yang santun tidak cukup hanya dengan pendekatan teknis atau regulatif, melainkan harus ditopang oleh pendidikan literasi digital, kesadaran budaya,

serta penguatan nilai-nilai empati, tanggung jawab, dan keterbukaan. Kesantunan dalam komunikasi digital bukan hanya soal menjaga sopan santun, melainkan juga tentang menciptakan ruang dialog yang sehat, inklusif, dan beradab bagi seluruh pengguna.

Referensi

- Aditya, R. (2021). Literasi Digital dan Tantangan Etika di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 3(1), 45–59.
- Andersson, M. (2020). *Online hostility: Communication breakdown in digital communities*. *Journal of Digital Discourse*, 5(1), 42–59.
- Ardiyanti, L., & Susanti, M. (2021). Etika komunikasi digital dalam konteks profesional: Studi pada institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 9(2), 143–158.
- Astuti, E. D., & Yulianti, T. (2020). *Kesantunan Berbahasa dalam Komunikasi Digital di Grup WhatsApp RT*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 101–113. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i2.9876>
- Baxter, G., & Mergel, I. (2020). Digital politeness and social media government communication. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101–107.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- Clark, M. (2021). Cancel culture and the ethics of public shaming online. *Media Ethics*, 32(2), 11–19.
- Fitria, T. N., & Nur, R. (2021). Pragmatik dan kesantunan dalam komunikasi daring generasi milenial. *Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 6(1), 35–49.

- Hartati, L. (2023). Strategi Komunikasi Santun di Era Digital: Studi pada Komunitas Literasi Online. *Jurnal Komunikasi dan Media Baru*, 5(2), 100–115.
- Hobbs, R. (2021). *Media literacy in the digital age*. Cambridge University Press.
- Kadar, D. Z., & Haugh, M. (2021). *Understanding politeness*. Cambridge University Press.
- Kominfo. (2022). *Survei Indeks Literasi Digital Nasional*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Kim, J., & Yang, S. (2020). Viral discourse and social norms on Instagram: A pragmalinguistic perspective. *Social Media + Society*, 6(3), 1–11.
- Marwick, A., & Lewis, R. (2021). *Media manipulation and disinformation online*. Data & Society Research Institute.
- Mustikawati, L. (2022). Strategi kesantunan dan penggunaan bahasa dalam percakapan daring multibahasa. *Jurnal Bahasa dan Sastra Digital*, 2(1), 55–70.
- Nuraini, S. (2022). Disinhibisi Online dan Dampaknya terhadap Perilaku Komunikasi. *Jurnal Psikologi dan Teknologi*, 4(3), 221–235.
- Prasetyo, A. & Wulandari, M. (2020). Moderasi Konten di Media Sosial: Upaya Mencegah Ujaran Kebencian. *Jurnal Etika Informasi*, 2(1), 12–26.
- Pranowo, D. (2019). *Pragmatik dan Kesantunan Berbahasa dalam Komunikasi Digital*. *Linguistika: Buletin Ilmiah Program Magister Linguistik UNDIP*, 26(2), 87–97. <https://doi.org/10.14710/ling.v26i2.12233>
- Putra, H., & Sari, R. (2022). Perbedaan Gaya Komunikasi Antar Generasi di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Lintas Generasi*, 3(1), 33–47.
- Rachmawati, L. (2023). Sensitivitas Budaya dalam Komunikasi Global Digital. *Jurnal Komunikasi Internasional*, 5(2), 88–102.

- Sari, M. P., & Kartika, Y. (2021). *Perbedaan Persepsi Kesantunan Antar Generasi dalam Komunikasi WhatsApp*. *Jurnal Bahasa dan Komunikasi*, 12(1), 39–48. <https://doi.org/10.33366/jbk.v12i1.1546>
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326.
- Kementerian Kominfo. (2023). *Pedoman etika digital untuk masyarakat Indonesia*. Jakarta: Kominfo.
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2020). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 110, 106–210.
- Lee, S. (2023). Digital politeness in Instagram captions: A discourse analysis. *International Journal of Linguistics and Communication*, 11(1), 77–91.
- Livingstone, S., Stoilova, M., & Nandagiri, R. (2020). *Children's data and privacy online: Growing up in a digital age*. LSE Research Online.
- Locher, M. A., & Watts, R. J. (2020). Politeness theory and relational work revisited. *Journal of Pragmatics*, 167, 19–36.
- Sutrisno, B., & Harun, M. (2023). Budaya kesantunan dalam komunikasi digital masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi Interkultural*, 8(1), 29–45.
- Tagg, C. (2019). *Exploring digital communication: Language in action*. Routledge.
- Udris, R. (2022). Cyberaggression in Asia: A review of research findings and cultural perspectives. *Asian Journal of Communication*, 32(1), 56–72.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Wang, Y., Zhou, R., & Lei, L. (2021). The role of anonymity in aggressive online behavior: A meta-analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(5), 326–332.

Yuliana, D. (2024). Kampanye Kesantunan Digital: Efektivitas dan Tantangan Implementasi. *Jurnal Penelitian Sosial Digital*, 6(1), 77–91.

We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://wearesocial.com/>

Zhou, X., Liu, Q., & Zhang, Y. (2022). Artificial intelligence and moderation of online discourse: Ethical and pragmatic concerns. *AI & Society*, 37(2), 487–498.

@galuhpatria

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Zikri Fachrul Nurhadi, S.T., M.Si., CCBA., CPRP., CIICS, lahir di Ciamis, 30 Desember 1981. Menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada tahun 2004. Pada tahun 2008 meraih gelar Magister Ilmu Sosial (Public Relations) (M.Si) di Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran. Pada Universitas yang sama menyelesaikan Program Doktor (S3) Ilmu Komunikasi lulus tahun 2014. Semenjak tahun 2013, penulis adalah Dosen Tetap Universitas Garut di Fakultas Komunikasi dan Informasi. Tahun 2014 sampai dengan sekarang, penulis dipercaya sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Garut. Beberapa hasil penelitian yang telah dipublikasikan di Jurnal International Bereputasi, Jurnal Terakreditasi. Penulis aktif dalam organisasi menjadi Wakil Ketua 1 ASPIKOM Jawa Barat Periode 2019-2023, Pengurus ASPIKOM Pusat 2022-2025, serta sebagai penelaah Jurnal Komunikasi Malaysia dan Jurnal Terakreditasi SINTA 2 di beberapa Perguruan Tinggi antara lain di Fikom Unpad, Fikom Unisba dan SINTA 3 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

INDUSTRI KOMUNIKASI ERA DIGITAL: CERDAS MENGELOLA NARASI ATAU TERJEBAK KLIKBAIT

Elva Ronaning Roem¹, S. Bekti Istiyanto²,
Winda Vanisya³

^{1,3} Universitas Andalas, Kota Padang, Sumatera Barat

² Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto,
elvarona@soc.unand.ac.id, bekti.istiyanto@unsoed.ac.id,
windavanisya@gmail.com

Transformasi digital telah mengubah secara mendasar struktur dan dinamika industri komunikasi di Indonesia. Dalam dua dekade terakhir, terjadi pergeseran besar dari pola komunikasi satu arah berbasis media cetak menuju komunikasi interaktif digital yang ditopang oleh algoritma, viralitas, dan logika monetisasi. Dalam dua dekade terakhir, industri komunikasi di Indonesia telah mengalami perubahan mendasar yang didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi. Pergeseran ini tidak hanya menyangkut media yang digunakan, tetapi juga menyentuh pola pikir, cara kerja, dan budaya komunikasi yang terbentuk dalam masyarakat. Jika pada masa lalu media massa tradisional seperti surat kabar,

radio, dan televisi mendominasi arus informasi secara satu arah, kini komunikasi telah bergeser ke arah model interaktif dan partisipatif yang diwadahi oleh platform digital seperti media sosial, situs berita daring, dan aplikasi pesan instan.

Perkembangan teknologi digital menciptakan struktur komunikasi baru yang lebih horizontal, terbuka, dan cair. Setiap individu kini memiliki potensi menjadi produsen informasi melalui mekanisme *user-generated content*. Hal ini melahirkan fenomena yang disebut disintermediasi media, di mana peran lembaga penyaring informasi seperti redaksi media mulai tergantikan oleh algoritma dan preferensi personal. Dengan kata lain, kekuasaan dalam memproduksi dan menyebarkan informasi tidak lagi terpusat pada institusi besar, tetapi tersebar secara luas di antara pengguna internet. Dampak dari proses ini bersifat ambivalen: demokratisasi informasi memang terjadi, namun bersamaan dengan itu muncul pula banjir konten yang sulit dikontrol kualitas dan kebenarannya.

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia dan penetrasi internet yang tinggi menjadi laboratorium besar bagi dinamika komunikasi digital. Berdasarkan laporan *We Are Social* (2023), lebih dari 77 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet secara aktif. Ini menjadikan ruang digital sebagai arena utama bagi pertarungan wacana, opini, dan konstruksi makna sosial (Riyanto, 2023). Dalam konteks ini, industri komunikasi tidak hanya menjadi penyedia informasi, tetapi juga berperan sebagai penentu arah budaya, ekonomi, dan bahkan politik nasional. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa perkembangan komunikasi digital bukan sekadar transformasi teknologis, melainkan juga fenomena sosiokultural yang kompleks.

Dalam kerangka teoritik, perubahan ini dapat dibaca melalui teori media morfosis yang diperkenalkan oleh Roger Fidler (1997), di mana media mengalami evolusi dengan mengadopsi elemen media lama dan menyesuakannya dengan konteks

baru. Platform digital seperti media sosial menggabungkan elemen teks, audio, visual, serta interaktivitas dalam satu wadah, menciptakan bentuk komunikasi yang multidimensi. Namun, transformasi ini juga membawa tantangan dalam menjaga kualitas komunikasi yang bertanggung jawab, transparan, dan beretika. Ketika kecepatan mengalahkan ketepatan, dan ketika viralitas mengalahkan nilai informatif, maka komunikasi kehilangan fungsinya sebagai penyalur makna yang bernas.

Industri komunikasi kini berada dalam pusaran antara inovasi teknologi dan tekanan pasar yang sangat kuat. Dalam logika kapitalisme digital, perhatian menjadi komoditas utama yang diperebutkan oleh pelaku media. Hal ini menciptakan insentif besar bagi produksi konten yang tidak selalu berdasarkan pertimbangan jurnalistik, tetapi lebih pada seberapa besar peluang konten tersebut untuk menarik klik, komentar, dan share. Konsekuensinya, praktik clickbait, framing sensasional, dan informasi dangkal menjadi fenomena yang semakin lazim. Di sinilah letak urgensi untuk mengkaji lebih jauh tentang praktik industri komunikasi di Indonesia, bukan hanya dari sisi teknologi, tetapi juga dari perspektif etika, tanggung jawab sosial, dan struktur kekuasaan informasi.

Industri komunikasi di Indonesia tengah mengalami transformasi struktural yang mendalam sebagai konsekuensi dari pesatnya perkembangan teknologi digital. Perubahan ini tidak hanya mencakup aspek teknis, seperti pergeseran dari media cetak ke media daring, tetapi juga menimbulkan dampak serius terhadap dinamika komunikasi, termasuk pola interaksi sosial dan cara masyarakat memahami realitas. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan akses terhadap perangkat digital, komunikasi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menjadi lebih bersifat dialogis dan partisipatif. Konteks ini dapat dipahami melalui konsep konvergensi media (Jenkins, 2006), di mana batas antara produsen dan konsumen konten semakin kabur, menciptakan ruang partisipasi baru dalam ekosistem informasi.

Transformasi ini juga menyentuh ranah kognitif masyarakat, yakni bagaimana individu menyerap, memproses, dan merespons informasi yang diterima. Dalam era digital, publik dibanjiri informasi dari berbagai sumber secara simultan, sehingga menimbulkan fenomena *Information Overload* (Eppler & Mengis, 2004). Hal ini menyebabkan tantangan baru dalam hal pemahaman dan penyaringan pesan yang diterima. Konsumsi informasi kini cenderung selektif dan berbasis algoritma, yang memperkuat bias kognitif dan menciptakan ruang gema (*echo chamber*), di mana individu hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri. Fenomena ini memperkuat pentingnya literasi media dalam menghadapi era digital.

Dari sisi budaya, digitalisasi komunikasi juga menggeser nilai-nilai yang mendasari produksi dan distribusi informasi. Budaya kecepatan, viralitas, dan perhatian menjadi norma baru dalam industri media. Konsep ekonomi atensi (Davenport & Beck, 2001; Goldhaber, 1997) menjelaskan bagaimana perhatian publik menjadi komoditas yang diperebutkan oleh pelaku media digital. Dalam kerangka ini, konten yang menarik secara emosional, sensasional, dan mudah dibagikan lebih berpeluang untuk tersebar luas, terlepas dari kebenaran atau nilai informatifnya. Ini menjelaskan mengapa banyak media cenderung menggunakan strategi *clickbait* dan judul provokatif dalam bersaing mendapatkan klik dan interaksi pengguna.

Dari perspektif sosial, perubahan ini menciptakan struktur komunikasi yang semakin horizontal dan desentralistik. Platform seperti media sosial memungkinkan siapa pun untuk menjadi penyampai pesan tanpa perlu melalui proses kurasi redaksional seperti pada media konvensional. Proses ini dapat dijelaskan melalui konsep *disintermediasi media*, di mana otoritas tradisional dalam dunia komunikasi, seperti jurnalis dan editor, mulai tergantikan oleh algoritma dan preferensi pengguna. Meskipun hal ini membuka ruang demokratisasi informasi, ia juga meningkatkan risiko penyebaran hoaks,

disinformasi, dan polarisasi opini di ruang publik (Wardle & Derakhshan, 2017).

Media dalam era digital tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai perantara komunikasi, tetapi telah menjadi arena produksi makna (Hall, 1997) yang sangat kompetitif dan sarat kepentingan. Konten yang diproduksi tidak netral, melainkan dibentuk oleh ideologi, kepentingan politik, dan logika pasar yang bekerja secara simultan. Dalam konteks ini, media bukan hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga berperan dalam membentuk kesadaran kolektif dan konstruksi realitas sosial masyarakat. Oleh karena itu, studi terhadap industri komunikasi di Indonesia harus melibatkan pendekatan interdisipliner yang mencakup kajian teknologi, budaya, ekonomi politik, dan sosiologi komunikasi.

Salah satu tantangan paling menonjol dalam ekosistem komunikasi digital Indonesia saat ini adalah maraknya praktik *clickbait*, yakni penyajian judul berita yang provokatif, hiperbolik, atau bahkan menyesatkan, yang bertujuan semata-mata untuk menarik perhatian pengguna. Strategi ini mengabaikan prinsip dasar jurnalisme seperti akurasi, relevansi, dan kejujuran naratif. Menurut Blom dan Hansen (2015), *clickbait* bekerja dengan menggunakan teknik *forward-reference* yang menciptakan celah informasi, sehingga memancing rasa ingin tahu pembaca. Praktik ini menjadi semakin umum seiring dengan tekanan ekonomi yang dihadapi media digital untuk mengejar traffic dan monetisasi konten secara instan.

Fenomena *clickbait* erat kaitannya dengan konsep ekonomi atensi (*attention economy*), di mana perhatian pengguna menjadi mata uang utama dalam pertukaran informasi digital. Goldhaber (1997) menyatakan bahwa dalam ekonomi digital, atensi bukan hanya menjadi tujuan akhir, tetapi juga menjadi sumber daya terbatas yang diperebutkan. Setiap klik, share, dan komentar dipandang sebagai bentuk kapital, sehingga media online cenderung menyesuaikan konten mereka agar semenarik mungkin di permukaan,

walaupun sering kali mengorbankan kedalaman informasi. Ini diperparah oleh algoritma media sosial dan mesin pencari yang memprioritaskan konten yang viral dan berinteraksi tinggi, bukan yang faktual atau edukatif.

Dampak dari dominasi konten clickbait sangat terasa dalam kualitas demokrasi informasi. Masyarakat yang terpapar secara terus-menerus oleh informasi yang dangkal, manipulatif, atau bahkan salah, akan mengalami penurunan dalam kapasitas berpikir kritis. Menurut Tandoc, Lim, dan Ling (2018), praktik clickbait berkorelasi positif dengan penyebaran berita palsu (*fake news*), karena keduanya mengandalkan strategi eksploitasi perhatian alih-alih edukasi publik. Di Indonesia, fenomena ini terlihat dalam kasus-kasus viral yang menyesatkan publik, seperti hoaks tentang vaksinasi, isu politik yang dibelokkan, dan skandal publik yang dibesar-besarkan tanpa verifikasi yang memadai.

Secara sosiologis, *clickbait* juga membentuk budaya komunikasi baru yang menekankan pada emosi ketimbang logika. Dalam hal ini, media memainkan peran sebagai agen pembentuk persepsi (*agenda-setting*), namun dalam bentuk yang lebih komersial dan dangkal. Konsep framing (Entman, 1993) membantu menjelaskan bagaimana judul-judul clickbait mempengaruhi cara orang memahami suatu isu, karena informasi yang dibingkai dengan sudut pandang sensasional akan memicu reaksi emosional ketimbang analisis rasional. Hal ini berpotensi menciptakan masyarakat yang responsif terhadap narasi cepat dan emosional, namun miskin verifikasi dan refleksi.

Untuk merespons fenomena ini, perlu pendekatan interdisipliner yang melibatkan literasi digital, reformasi etika jurnalisme digital, serta kebijakan algoritmik dari platform media sosial. Studi terbaru oleh Molyneux dan Coddington (2023) menggarisbawahi pentingnya peran newsroom dalam membangun sistem evaluasi konten yang tidak hanya berbasis trafik, tetapi juga kualitas informasi. Di Indonesia, inisiatif seperti CekFakta.com dan Mafindo menjadi penting

dalam memberikan kontra narasi terhadap arus informasi menyesatkan. Namun, upaya ini perlu diperkuat dengan kebijakan publik yang mendorong keterbukaan algoritma dan tanggung jawab platform digital terhadap konten yang mereka amplifikasi.

Fenomena clickbait tidak lagi bersifat abstrak, melainkan nyata dan terlihat dalam berbagai pemberitaan yang viral di Indonesia. Salah satu contohnya adalah kasus yang terjadi di Sukabumi, Jawa Barat, dengan judul berita yang berbunyi: “*Tulungagung, Geger Siswa Kelas V SD Hamili Siswi SMP*” (Eko, 2018). Judul ini dengan cepat menyebar di media sosial dan menimbulkan reaksi emosional masyarakat. Namun, setelah ditelusuri, isi berita menyatakan bahwa kasus tersebut merupakan tindak kekerasan seksual terhadap anak oleh pelaku dewasa. Judul berita tersebut secara nyata menyamakan substansi permasalahan yang sesungguhnya dan justru mengeksploitasi aspek sensasional dari kejadian tersebut, memperlihatkan dominasi logika pasar dalam konstruksi pesan media (McChesney, 2008).

Dalam perspektif teori komunikasi klasik, Harold Lasswell (1948) menyebutkan bahwa fungsi komunikasi massa meliputi *surveillance of the environment*, *correlation of parts of society*, dan *transmission of social heritage*. Dalam konteks kasus di atas, media seharusnya menjalankan fungsi pengawasan dan pendidikan dengan menjelaskan akar masalah, yaitu kekerasan seksual terhadap anak, serta bagaimana masyarakat dan negara harus menanggapiinya. Namun, praktik clickbait telah menggeser fungsi tersebut menjadi sekadar pemicu klik, dengan mengabaikan nilai edukatif dan advokatif. Hal ini sejalan dengan pandangan Neil Postman (1985) dalam *Amusing Ourselves to Death*, yang mengkritik bagaimana media modern mengubah berita serius menjadi hiburan.

Pemberitaan yang menyamakan kejahatan sebagai hiburan tidak hanya mencoreng etika jurnalistik, tetapi juga berdampak pada persepsi publik terhadap kekerasan berbasis

gender dan anak. Judul yang sensasional dapat membuat masyarakat gagal memahami keseriusan isu yang sedang dihadapi. Menurut Wardle & Derakhshan (2017), bentuk misinformasi seperti ini, meskipun tidak sepenuhnya palsu, tetap berbahaya karena memutarbalikkan narasi dan melemahkan respons kritis. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi media di masyarakat agar tidak mudah terjebak pada bentuk-bentuk manipulasi informasi ini. Selain itu, perlu regulasi yang lebih ketat terhadap media daring yang secara konsisten menyebarkan konten misleading demi kepentingan trafik.

Salah satu contoh nyata konten clickbait yang viral di Sumatera Barat adalah pemberitaan dengan judul: “*Misteri Makhluk Hitam Busuk Bikin Gempar Warga Sumbar*” (Detik, 2021). Judul ini dengan cepat menyebar melalui media sosial dan menimbulkan berbagai spekulasi, mulai dari yang ilmiah hingga mistis. Namun setelah ditelusuri, berita tersebut hanya menjelaskan bahwa “makhluk aneh” tersebut adalah burung hantu yang terluka. Praktik framing seperti ini menggambarkan bagaimana media sengaja mengangkat unsur emosional dan kepercayaan lokal untuk mendapatkan klik dan perhatian khalayak, tanpa memperhatikan akurasi ataupun relevansi konteks berita.

Pemanfaatan narasi “mistis” dalam judul berita tidak bisa dilepaskan dari cara media memanfaatkan struktur budaya lokal demi kepentingan ekonomi atensi (*attention economy*). Dalam hal ini, kepercayaan masyarakat Minangkabau terhadap makhluk gaib atau pertanda spiritual dijadikan alat viralitas. Menurut Silverstone (2007), media tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga turut membentuk cara pandang sosial. Akibatnya, berita seperti ini memperkuat mitos-mitos tanpa verifikasi, serta memproduksi “informasi semu” yang menghambat pemahaman rasional dalam masyarakat.

Neil Postman (1985) dalam *Amusing Ourselves to Death* menyatakan bahwa ekologi media digital mendorong

penyajian informasi dalam bentuk yang dangkal, reaktif, dan menghibur. Kecepatan dan impulsifnya distribusi informasi di media sosial telah menciptakan iklim komunikasi yang menekankan *klik*, *likes*, dan *share*, bukan pemahaman atau verifikasi. Dengan demikian, judul seperti “makhluk bersayap” bukan sekadar guyonan atau hiburan, melainkan cerminan dari sistem media yang semakin menjauh dari fungsi edukatif dan kritis sebagaimana seharusnya dijalankan oleh pers dalam masyarakat demokratis.

Pemberitaan berbasis clickbait yang membingkai peristiwa biasa sebagai sesuatu yang luar biasa atau mistis justru melemahkan literasi sains dan nalar kritis masyarakat. Hal ini konsisten dengan temuan Nielsen dan Graves (2017), bahwa misinformasi dalam bentuk dramatisasi atau distorsi judul dapat membuat khalayak mengingat informasi palsu lebih kuat daripada klarifikasi di dalam isi. Ini menjadi ancaman serius terutama bagi masyarakat yang minim akses pendidikan media atau kritisisme digital. Padahal, pembangunan masyarakat informasi yang sehat membutuhkan media yang bertanggung jawab dan publik yang melek informasi.

Fenomena ini menggarisbawahi pentingnya penerapan etikajurnalistik dan regulasi terhadap media daring. Judul yang manipulatif tidak hanya menyesatkan, tetapi juga membentuk budaya komunikasi yang dangkal dan spekulatif. Menurut Kovach dan Rosenstiel (2014), prinsip dasar jurnalisme adalah loyalitas pada kebenaran dan kewajiban utama kepada warga. Dengan demikian, pemerintah dan masyarakat sipil perlu memperkuat pengawasan serta menumbuhkan ekosistem media yang berintegritas dan edukatif. Kampanye literasi media digital dan pembelajaran berpikir kritis harus digencarkan, khususnya di tingkat lokal yang masih rentan terhadap framing sensasional.

Pada awal 2023, sebuah media online memuat berita dengan judul: *Hoaks, ikan mati massal di pantai Ambon pertanda tsunami*” Judul ini muncul setelah masyarakat Ternate menemukan seekor ikan Oarfish (*Regalecus glesne*), spesies

laut dalam yang jarang terlihat. Media mengaitkannya dengan mitos “pertanda tsunami” yang beredar luas di Asia, padahal para ilmuwan telah menegaskan bahwa tidak ada korelasi ilmiah yang valid antara kemunculan Oarfish dan prediksi gempa atau bencana alam. Kasus ini menegaskan bagaimana *framing* berita yang spekulatif dapat menyesatkan publik dan menciptakan keresahan kolektif.

Clickbait seperti ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh mitos dalam masyarakat yang kurang mendapatkan literasi risiko dan bencana. Dalam budaya lokal, fenomena-fenomena alam sering kali ditafsirkan secara simbolis. Namun, media semestinya tidak memelihara persepsi spekulatif tersebut. Menurut teori literasi risiko dari Covello & Sandman (2001), masyarakat perlu mendapatkan informasi risiko yang akurat, dapat dipercaya, dan disampaikan secara jelas, terutama dalam situasi yang berpotensi menimbulkan kecemasan publik. Tanpa itu, media justru menjadi penyebar ketakutan yang tidak perlu.

Peristiwa di Ternate juga mencerminkan lemahnya implementasi komunikasi krisis berbasis data ilmiah. Dalam studi Fearn-Banks (2016), komunikasi krisis yang efektif harus menyampaikan informasi secara transparan dan faktual, menghindari spekulasi, serta memperkuat kepercayaan publik pada otoritas yang relevan. Sebaliknya, media justru mengeksploitasi unsur misteri dan emosi demi viralitas. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengikis kepercayaan masyarakat terhadap sumber informasi resmi, seperti BMKG atau institusi ilmiah lainnya, dan memperkuat bias kognitif serta narasi non-ilmiah.

Fenomena ini juga bisa dijelaskan melalui kacamata *attention economy*, di mana perhatian publik menjadi komoditas utama. Goldhaber (1997) menyatakan bahwa dalam dunia digital, “klik” lebih berharga daripada substansi. Judul berita yang menimbulkan rasa takut atau penasaran seperti “pertanda bencana” terbukti lebih banyak menarik pembaca dibandingkan judul ilmiah yang netral. Sayangnya, media

yang tergodanya dengan pola ini akhirnya mengabaikan tanggung jawab sosial dan etika jurnalistiknya. Akibatnya, konten yang tersebar bukan mendidik, melainkan justru menyesatkan.

Kasus Oarfish ini menunjukkan urgensi edukasi media dan peningkatan literasi komunikasi krisis bagi masyarakat dan jurnalis. Pemerintah daerah dan lembaga seperti BNPB atau BMKG perlu menggandeng media dalam membangun narasi berbasis sains, bukan sekadar mengikuti arus popularitas daring. Menurut Veil, Buehner & Palenchar (2011), sinergi antara media, lembaga pemerintah, dan ilmuwan sangat krusial untuk membangun kepercayaan masyarakat dan menghindari kepanikan yang tak berdasar. Selain itu, masyarakat juga harus dibekali kemampuan berpikir kritis dan selektif terhadap informasi yang tersebar, terutama di media sosial dan kanal berita daring.

Secara teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972), yang menunjukkan bagaimana media membentuk prioritas isu publik. Namun dalam konteks digital, agenda media lebih dipengaruhi oleh potensi viralitas daripada urgensi sosial. Selain itu, melalui teori Framing (Entman, 1993), kita melihat bagaimana media membingkai realitas secara bias untuk memanipulasi persepsi publik.

Dari sudut pandang konstruksi sosial atas realitas (Berger & Luckmann, 1966), dominasi konten clickbait berimplikasi pada pembentukan realitas publik yang semu dan tidak berbasis fakta. Masyarakat akhirnya hidup dalam ruang informasi yang penuh ilusi, di mana persepsi dibentuk bukan oleh pengetahuan, tetapi oleh kecepatan dan kepanikan. Ditambah lagi, struktur kepemilikan media di Indonesia yang terkonsentrasi pada konglomerasi besar (Nugroho et al., 2012), memperburuk kondisi ini karena orientasi bisnis mengalahkan tanggung jawab sosial.

Kemunculan aktor komunikasi baru seperti influencer, selebgram, dan content creator telah menciptakan lanskap komunikasi yang bercampur antara hiburan, promosi, dan

aktivisme. Dalam konteks *two-step flow* (Katz & Lazarsfeld, 1955), mereka berperan sebagai opinion leader baru, namun sering kali menyampaikan informasi tanpa etika jurnalistik dan verifikasi yang memadai. Fenomena ini mencerminkan krisis dalam industri komunikasi digital Indonesia krisis akurasi, etika, dan tanggung jawab. Jika dibiarkan dikuasai sepenuhnya oleh logika pasar tanpa kontrol sosial dan prinsip etika, maka kita berisiko membentuk generasi yang dipenuhi informasi namun miskin pemahaman, sebagaimana diingatkan oleh Neil Postman (1985) dalam *Amusing Ourselves to Death*.

Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis kondisi industri komunikasi Indonesia saat ini, khususnya dalam praktik produksi konten digital, dengan fokus pada efek clickbait, viralitas, dan disinformasi. Analisis akan dikaitkan dengan konsep-konsep komunikasi klasik dan kontemporer, untuk memahami bagaimana industri ini dapat diarahkan kembali kepada tanggung jawab sosial dan pencerahan publik.

Industri media modern berada di persimpangan antara memenuhi tuntutan pasar dan menjalankan fungsi sosialnya. Untuk mengarahkan kembali orientasi media, teori komunikasi klasik seperti model Shannon dan Weaver maupun Lasswell tetap relevan dalam menjelaskan struktur dan hambatan komunikasi, meski kurang menekankan dimensi etis. Di sisi lain, teori kontemporer seperti Teori Ketergantungan Sistem Media (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976) menunjukkan bahwa ketergantungan media pada sistem ekonomi dapat melemahkan komitmen sosialnya. Habermas melalui konsep *public sphere* menegaskan pentingnya media sebagai ruang diskursif bagi pembentukan opini publik yang rasional dan inklusif.

Dalam konteks Indonesia, gagasan Komunikasi Pembangunan pernah menjadikan media sebagai agen perubahan sosial. Namun, dominasi konten berbasis klik dan viralitas sering kali menggeser nilai-nilai edukatif. Di tengah tantangan ini, pendekatan komunikasi partisipatoris, *media*

literacy, dan *civic journalism* menjadi alternatif strategis yang mengembalikan keterlibatan publik dalam proses media. Integrasi antara teori klasik yang fokus pada struktur dan teori kontemporer yang menekankan etika dan partisipasi menjadi dasar penting untuk mereformasi media agar kembali pada fungsi pencerahan publik dan tanggung jawab sosial.

Etika Komunikasi, Ekonomi Politik Media, dan Distorsi Makna di Ruang Publik.

Pengabaian prinsip etika dalam industri komunikasi, khususnya media massa, berdampak serius terhadap kredibilitas institusi media dan menurunkan kualitas literasi serta daya kritis publik sebagai konsumen informasi. Sayangnya, fenomena ini kerap dibiarkan dan bahkan dinormalisasi oleh masyarakat. Kondisi ini tak lepas dari dinamika ekonomi politik media yang memengaruhi keberlangsungan operasional lembaga media. Dalam era digital, kebutuhan finansial media semakin besar karena tuntutan untuk mengelola infrastruktur teknologi seperti pemeliharaan server dan kenyamanan layanan digital bagi audiens.

Dari perspektif ilmu komunikasi, pengabaian terhadap prinsip-prinsip etika dalam produksi dan penyebaran informasi berisiko besar menimbulkan kesalahpahaman di tingkat publik. Ketika informasi disampaikan dengan *framing* yang bias atau tendensius, maka makna yang ditangkap oleh khalayak dapat menyimpang dari realitas yang seharusnya. Dalam konteks ini, Stuart Hall (1997) dalam teori representasinya menyatakan bahwa makna tidak inheren dalam teks, tetapi dibentuk melalui proses *decoding* oleh audiens yang terpapar pada berbagai pengaruh ideologis dan kultural. Proses *decoding* ini bersifat aktif dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial pembaca, sehingga satu pesan media bisa dimaknai secara berbeda oleh kelompok-kelompok masyarakat yang berbeda pula.

Hal ini terlihat dari keadaan dimana kalangan aktivis, akademisi, dan mahasiswa yang terbiasa mengakses media alternatif cenderung memaknai aksi sebagai ekspresi demokrasi. Sementara itu, masyarakat awam yang memperoleh informasi dari media arus utama dengan penekanan visual terhadap kerusakan cenderung memaknai aksi sebagai ancaman ketertiban umum. Di sinilah proses *decoding* Hall menjadi konkret bahwa satu peristiwa dimaknai sangat berbeda tergantung bagaimana pesan itu disusun oleh media dan bagaimana ia ditafsirkan oleh audiens.

Media massa yang menyajikan informasi tanpa mempertimbangkan akurasi dan keseimbangan, publik tidak hanya berpotensi salah dalam menginterpretasi pesan, tetapi juga dapat merespons secara emosional atau bahkan destruktif terhadap narasi yang keliru tersebut. Fenomena ini tercermin dalam berbagai kasus di Indonesia di mana pemberitaan yang tidak etis memicu reaksi sosial yang masif mulai dari boikot, kampanye media sosial, hingga aksi unjuk rasa. Sebagai contoh, pemberitaan yang menyesatkan tentang isu agama atau etnis kerap kali menjadi pemicu konflik horizontal di masyarakat (Barata, 2020).

Berkaca pada arus pemberitaan media mengenai pemilu tahun 2024 silam, di mana framing yang dilakukan oleh beberapa media daring seperti *Detik.com* dan *Tribunnews* terhadap sosok calon presiden sering kali menekankan aspek personalitas atau popularitas, alih-alih substansi visi dan misi yang diboyong oleh masing-masing pasangan calon. Hasilnya, sebagian besar publik mengkonsumsi informasi politik dalam bentuk yang dangkal dan emosional, sehingga berpotensi salah dalam memilih berdasarkan impresi media, bukan gagasan. Dengan demikian, representasi dalam media tidak pernah netral. Ia selalu menjadi arena ideologis yang menegosiasikan makna melalui teks, gambar, diksi, dan narasi. Dalam masyarakat yang tingkat literasi medianya masih relatif rendah, proses *decoding* yang tidak kritis dapat berujung pada pembentukan opini publik yang keliru, atau

bahkan manipulatif. Oleh karena itu, teori representasi Hall memberikan kerangka penting untuk memahami bagaimana media membentuk realitas sosial, bukan sekadar mencerminkannya.

Krisis Kepercayaan dan Keruntuhan Etika dalam Ekosistem Komunikasi Digital.

Laporan *Digital News Report 2023* yang diterbitkan oleh Reuters Institute for the Study of Journalism menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media arus utamanya mencapai 39%, angka yang menempatkan Indonesia di bawah rata-rata global dalam hal kepercayaan publik terhadap jurnalis. Angka ini mengalami penurunan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya, di mana pada 2021 kepercayaan publik masih berada di kisaran 56%. Penurunan ini menjadi sinyal penting tentang krisis legitimasi yang sedang dialami institusi media, terutama dalam era ketika informasi digital tersebar sangat cepat namun cenderung tidak tervalidasi secara menyeluruh.

Faktor utama yang berkontribusi terhadap kemerosotan ini adalah praktik-praktik produksi konten yang lebih berorientasi pada klik (*clickbait*) dibanding pada kualitas informasi. Judul-judul sensasional, penggunaan bahasa emosional, serta framing yang terlalu menekankan konflik atau sisi dramatis dari suatu peristiwa telah mendorong publik untuk merasa skeptis terhadap niat dan integritas media. Selain itu, framing ideologis yang menguntungkan kelompok politik tertentu juga semakin kentara, terutama menjelang tahun-tahun politik seperti Pemilu 2024. Banyak masyarakat yang merasa media tidak lagi menjadi penengah informasi, tetapi justru menjadi alat propaganda berkedok jurnalistik.

Situasi ini memunculkan dampak yang lebih luas terhadap kohesi sosial, karena ketika publik tidak lagi mempercayai media, maka informasi yang seharusnya menjadi dasar pengambilan keputusan kolektif justru menjadi sumber

disinformasi dan konflik. Ruang publik digital yang mestinya menjadi arena dialog justru dipenuhi oleh kecurigaan, ujaran kebencian, dan polarisasi opini. Hal ini diperparah oleh algorithma media sosial yang memperkuat echo chamber, mempersempit wawasan publik, dan menghambat akses pada informasi yang beragam dan objektif. Dalam kondisi seperti ini, media bukan hanya kehilangan fungsinya sebagai pilar demokrasi, tetapi juga berkontribusi terhadap fragmentasi sosial yang semakin dalam.

Pembiaran terhadap praktik komunikasi massa yang tidak berlandaskan etika profesional dalam jangka waktu yang lama akan berkontribusi pada pembentukan ekosistem informasi yang beracun. Dalam ekosistem semacam ini, berita bukan lagi diposisikan sebagai instrumen pencerdasan publik atau kontrol sosial terhadap kekuasaan, tetapi bergeser menjadi komoditas manipulatif yang dikemas untuk memenuhi logika algoritmik dan ekonomi atensi. Model bisnis media digital yang bergantung pada *page views*, *click-through rate*, dan durasi keterlibatan audiens mendorong redaksi untuk memproduksi konten yang lebih sensasional daripada substansial. Sebuah studi oleh Tandoc et al. (2022) menunjukkan bahwa media cenderung memprioritaskan berita yang mengandung emosi tinggi (seperti marah dan takut) karena terbukti meningkatkan klik hingga 50% dibandingkan dengan berita informatif biasa.

Kondisi ini semakin diperburuk oleh dominasi platform digital seperti Google, Facebook, dan TikTok yang mengandalkan algoritma berbasis perilaku pengguna. Algoritma ini mendorong penyebaran konten yang bersifat polarizing karena dinilai mampu meningkatkan keterlibatan, namun secara bersamaan memperkuat *echo chamber* dan mempersempit ruang wacana publik. Akibatnya, diskursus menjadi dangkal, masyarakat mudah termanipulasi oleh informasi yang dibingkai secara ideologis atau emosional, dan potensi konflik sosial meningkat. Laporan **Digital 2024 Indonesia** oleh **DataReportal** mencatat bahwa 87% pengguna internet di Indonesia mengandalkan media sosial sebagai sumber

berita utama, namun hanya 28% yang melakukan verifikasi silang—sebuah celah besar yang dimanfaatkan oleh konten manipulatif.

Melihat dampak sistemik dari krisis etika ini, penguatan regulasi media, perluasan literasi digital, dan reformulasi kode etik jurnalistik menjadi sangat mendesak. Pemerintah dan Dewan Pers harus menyesuaikan kebijakan terhadap ekosistem digital yang dinamis, termasuk menindak media daring yang menyalahgunakan algoritma untuk menyebarkan disinformasi. Di sisi lain, lembaga pendidikan dan komunitas sipil perlu aktif membangun kesadaran kritis publik. Tanpa reformasi menyeluruh, media berisiko menjadi instrumen disinformasi yang melemahkan demokrasi dan mengikis kualitas kewargaan digital di Indonesia.

Antara Clickbait, Viralitas, dan Pudarnya Fungsi Edukatif Media Digital

Komunikasi digital yang serba cepat dan berbasis algoritma, media tidak lagi semata-mata berperan sebagai penyampai informasi, melainkan telah bertransformasi menjadi produsen konten yang berlomba menarik perhatian publik melalui judul sensasional dan narasi emosional. Fenomena ini memunculkan praktik *clickbait journalism*, di mana viralitas lebih diprioritaskan ketimbang akurasi, konteks, dan nilai edukatif dari suatu berita. Pergeseran orientasi ini berdampak langsung pada hilangnya fungsi transformasional media sebagai agen pencerahan publik.

Lalu bagaimana realita industri komunikasi di era digital saat ini di Indonesia, hal ini bisa dilihat dari artikel berita yang berjudul “VIRAL! Detik-Detik Wanita Terjebak 1 Jam di Lift, Nangis Sampai Kena Panic Attack” berita yang dimuat dalam portal berita Tribun-Medan.com pada tanggal 6 Desember 2023 ini mencerminkan pendekatan khas *clickbait journalism*, yaitu gaya pemberitaan yang sengaja dirancang untuk memicu rasa penasaran, emosi, dan keterkejutan publik

tanpa mengungkap substansi utama secara langsung. Kata kunci seperti “VIRAL!”, “Detik-Detik”, “Nangis”, dan “Panic Attack” digunakan untuk menciptakan efek emosional dan urgensi, meskipun substansi berita berkisar pada kejadian umum.

Judul berita ini merupakan contoh nyata dari permainan narasi untuk kepentingan *engagement metrics* seperti klik dan durasi baca. Praktik ini melanggar prinsip akurasi dan relevansi dalam kode etik jurnalistik. Penekanan pada aspek emosional tanpa memberi konteks atau nilai informatif yang signifikan membuat berita ini lebih menghibur ketimbang memberikan nilai edukasi kepada pembacanya. Hal ini terlihat jelas pada tulisan berita yang alih-alih memberikan pemahaman kontekstual mengenai prosedur keamanan lift, dampak psikologis ruang tertutup, atau hak konsumen dalam situasi darurat, berita ini tampak gagal menyajikan nilai edukatif yang penting bagi pembaca. Padahal, kejadian seperti ini bisa menjadi akses pintu masuk untuk pelaporan yang mendorong kesadaran publik dan akuntabilitas layanan umum.

Penggunaan frasa seperti “nangis sampai panic attack” berpotensi mengobjektifikasi pengalaman traumatik individu untuk kepentingan klik. Ini melanggar prinsip dasar dalam jurnalisme etis yang mengedepankan empati terhadap narasumber dan privasi. Bahkan bila narasi diambil dari sumber terbuka (misalnya media sosial), redaksi tetap bertanggung jawab untuk menyunting dan menyampaikan dengan sensitivitas tinggi.

Berita lain muncul dari artikel yang dipublikasikan oleh TribunJatim.com pada tanggal 1 Oktober 2024 berjudul “Tak Panik, 7 Mahasiswi Malah Santai Terjebak di Lift, Duduk Bersila Main Kartu” Judul berita ini menyoroti peristiwa non-darurat yang dikemas secara ringan dan bahkan humoristic. Istilah *humoristic* merujuk pada sesuatu yang berkaitan dengan humor yakni sifat atau pendekatan yang mengandung unsur lucu dan jenaka, namun dalam ranah akademik,

istilah ini mencerminkan fenomena psikologis dan sosial yang kompleks. Humor telah menjadi subjek penting dalam kajian filsafat, psikologi, sosiologi, hingga linguistik, karena kemampuannya untuk mempengaruhi emosi, membentuk opini sosial, dan menjembatani komunikasi antarindividu.

Dalam era komunikasi digital, pendekatan *humoristic* memainkan peran strategis dalam membentuk narasi, membangun interaksi audiens, hingga mendorong penyebaran konten. Namun, di sisi lain, humor juga dapat dimanfaatkan secara manipulatif dalam bentuk *clickbait*, yakni judul atau cuplikan yang sensasional dan sering kali menyesatkan, untuk meningkatkan klik dan visibilitas konten secara artifisial. Selanjutnya narasi sekelompok mahasiswi yang terjebak di lift namun memilih bermain kartu sembari menunggu bantuan. Secara substansi, ini adalah kejadian biasa. Namun, penggunaan gaya judul yang naratif, deskriptif, dan hiperbola ringan “duduk bersila main kartu” mengindikasikan adanya strategi narasi oleh industri media massa yang ditujukan untuk menarik klik melalui elemen keunikan dan hiburan.

Meskipun berita ini tidak terkesan eksplisit manipulatif seperti contoh berita tragedi, ia tetap dapat dikategorikan dalam jenis *clickbait* lunak. Judulnya memancing rasa penasaran dan hiburan dengan menampilkan kontradiksi artinya situasi yang umumnya menimbulkan perasaan panik justru direspons dengan bermain kartu atau dengan kata lain sangat santai. Praktik ini bisa dimaklumi dalam ruang hiburan ringan, namun tetap menimbulkan pertanyaan seperti apakah ini bagian dari jurnalisme informatif atau hanya konten viral semata?

Narasi tentang “mahasiswi santai di lift” dapat mengandung eksploitasi ringan terhadap representasi kelompok sosial. Peristiwa ini mungkin menghibur, namun ketika diangkat sebagai produk berita utama, ia menempatkan pengalaman individu ke dalam bingkai tontonan yang mengundang respons massal (komentar, *share*, reaksi). Hal ini menempatkan media dalam posisi yang lebih sebagai produsen konten viral

daripada institusi informasi yang mencerahkan. Berita seperti ini biasanya tidak menyertakan unsur edukatif, verifikasi, atau analisis yang menambah pengetahuan pembaca karena sumber berita dan narasi yang dibangun semuanya berpatokan kepada konten yang tersebar di media sosial. Lebih lanjut, tidak ada refleksi tentang keamanan lift, respons darurat, atau evaluasi fasilitas publik. Padahal media punya tanggung jawab sosial untuk menjadikan setiap insiden sebagai pintu edukasi masyarakat.

Berita-berita semacam ini mencerminkan dilema besar media digital hari ini tuntutan algoritma dan *metrics driven journalism* menjadikan hampir semua peristiwa apapun skalanya bisa dikemas menjadi konten layak viral. Dalam konteks *Industri Komunikasi Era Digital*, ini menunjukkan bahwa media mudah terjebak dalam produksi narasi berbasis atensi, bukan urgensi informasi. Jika tidak dikontrol, maka jurnalisme akan kehilangan fungsi edukatif dan transformasionalnya, tergantikan oleh peran sebagai distributor hiburan harian berbalut warta.

Media sebagai Penjaga Kebenaran di Tengah Arus Disinformasi Digital

Saat informasi digital yang sarat akan hoaks, disinformasi, dan bias algoritmik, peran media sebagai penjaga kebenaran menjadi semakin krusial. Di era ketika opini viral dapat dengan cepat menggantikan fakta yang terverifikasi, media dituntut untuk tidak hanya menyampaikan berita, tetapi juga menjadi penyeimbang informasi melalui proses klarifikasi dan edukasi publik. Integritas jurnalistik diuji dalam menghadapi tekanan popularitas dan kecepatan distribusi, namun justru di sinilah fungsi utama media sebagai institusi yang bertanggung jawab atas akurasi, verifikasi, dan literasi informasi menjadi sangat vital. Subbab ini akan mengulas bagaimana media digital dapat menjalankan tanggung jawab etiknya sebagai garda terdepan dalam melawan disinformasi dan memperkuat kualitas diskursus publik.

Hal menarik ditemukan pada artikel berita lainnya berjudul “[HOAKS]: Tidak Ada Media Nasional yang Meliput Aksi Indonesia Gelap” oleh Kompas.com pada 26 Februari 2025. Artikel berita ini muncul sebagai respon atas klaim viral di media sosial yang menyatakan bahwa tidak ada satu pun media nasional yang meliput aksi protes bertajuk “*Indonesia Gelap*” aksi yang menyuarakan kritik terhadap kebijakan pemerintah. Media *Kompas.com* memposisikan artikel ini sebagai bagian dari rubrik “Cek Fakta” dengan tujuan meluruskan informasi yang telah beredar luas namun sebenarnya telah menyesatkan. Jelas terlihat bahwa media Kompas dalam artikel ini menunjukkan komitmen terhadap prinsip akurasi dan verifikasi, dua pilar utama dalam etika jurnalistik digital. Jurnalis tidak hanya membantah klaim viral, tetapi mencantumkan bukti konkret berupa dokumentasi pemberitaan dari media lain yang sudah meliput aksi tersebut. Ini menunjukkan bahwa Kompas tidak sekadar membantah klaim, tetapi menyediakan landasan faktual yang dapat diverifikasi kebenarannya. Uniknya metode penulisan judul berita justru membangun kesan adanya konspirasi media, padahal realitanya artikel justru membantah hoaks tersebut.

Berita ini juga memuat elemen tanggung jawab sosial oleh media digital, yakni memberikan pendidikan literasi informasi kepada pembaca. Kompas menjelaskan bagaimana hoaks dapat tersebar cepat di media sosial dan memberikan edukasi tentang pentingnya mencari sumber kredibel. Hal ini penting dalam konteks ekosistem digital yang sangat rentan terhadap disinformasi dan *echo chamber*. Kontennya tetap konsisten dengan fakta dan tidak menjual sensasionalisme. Tidak ada upaya menggiring opini pembaca untuk memperkeruh suasana atau menambah dramatisasi aksi. Artikel menggunakan gaya penyampaian yang netral dan edukatif, dengan menyisipkan kutipan dari narasumber dan data untuk memperkuat klarifikasi.

Artikel Kompas.com ini memperkenalkan dua wajah industri komunikasi digital. Salah satu sisi industri media

memiliki tantangan besar berupa disinformasi yang menyebar di luar kontrol redaksi formal. Kemudian sisi yang lainnya memperlihatkan bagaimana media digital juga memiliki tanggung jawab etik dengan menjaga integritas profesi jurnalistik. Sehingga artikel telah memberikan contoh bagaimana media penting untuk mampu dan konsisten mengelola narasi secara cerdas tanpa terjerumus dengan mengorbankan kode etik sebagaimana terlibat dalam praktik clickbait atau melakukan pemelintiran informasi yang sifatnya cenderung manipulatif demi mendapatkan trafik yang signifikan.

Secara sederhana pada lanskap industri komunikasi digital yang sangat kompetitif dan algoritmik, *Kompas.com* melalui artikel ini berhasil menunjukkan bahwa pengelolaan narasi secara etis masih sangat mungkin dilakukan. Ketika sebagian media terjebak dalam praktik manipulatif demi trafik, artikel ini justru menjadi contoh bagaimana fungsi klarifikasi, edukasi, dan pelurusan informasi dapat memperkuat kepercayaan publik, sekaligus memperlihatkan posisi media sebagai garda etika di tengah hiruk-pikuk digitalisasi.

Di era digital yang kian maju, konsep *echo chamber* atau “ruang gema” menjadi kunci dalam memahami penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Menurut GCFLearn (2019), ruang gema terjadi ketika individu hanya terpapar pada informasi atau pandangan yang sejalan dengan keyakinannya sendiri, sementara pandangan berbeda diabaikan. Fenomena ini menguatkan keyakinan tanpa melalui proses dialog atau kritik, sehingga mempersempit perspektif dan menurunkan kualitas pemahaman bersama. Media sosial mempercepat terbentuknya ruang gema melalui algoritma yang menyajikan konten sesuai preferensi pengguna. Akibatnya, interaksi digital cenderung terjadi dalam lingkaran tertutup yang memperkuat bias dan memicu polarisasi. Sebagaimana disampaikan oleh Wulandari dkk. (2020), kondisi ini juga membuka celah luas bagi penyebaran misinformasi, mengganggu diskursus publik yang sehat, dan membahayakan proses demokratis yang membutuhkan pertukaran gagasan secara terbuka.

Menghadapi tantangan ini, dibutuhkan kesadaran kritis untuk mengeksplorasi beragam sumber informasi dan mengenali bias pribadi. Literasi media menjadi langkah awal yang penting, disertai dengan kebiasaan berdialog secara terbuka dengan pihak yang berbeda pandangan. Selain itu, platform digital dan kebijakan publik harus turut menciptakan ekosistem informasi yang inklusif, seimbang, dan memperkuat keberagaman sebagai bagian dari praktik komunikasi yang sehat dan demokratis (Aisyah, 2025).

Jurnalisme memiliki peran krusial dalam membantu publik mengambil keputusan yang bijak berdasarkan informasi yang akurat dan terpercaya. Dalam ranah politik, misalnya, jurnalisme memungkinkan warga negara menilai kebijakan, tokoh politik, dan dinamika kekuasaan secara kritis. Fungsi deliberatif ini mendukung pembentukan opini publik yang rasional serta partisipasi aktif dalam kehidupan demokratis. Namun, dalam praktiknya, idealisme ini sering kali tergerus oleh tekanan pasar, persaingan antarmedia, dan perubahan perilaku konsumsi informasi yang mendorong kecepatan dan daya tarik visual di atas kedalaman isi.

Akibatnya, media baik konvensional maupun digital sering terjebak dalam praktik sensasionalisme, yaitu mengedepankan aspek dramatis dan provokatif untuk menarik perhatian audiens. Fenomena ini terutama terlihat dalam pemberitaan politik, di mana isu-isu penting kerap dikemas secara berlebihan, bahkan emosional, hingga mereduksi kompleksitas menjadi sekadar konflik atau hiburan. Seperti dicatat oleh Khan (2024), banyak media lebih memilih menyajikan konten yang menggugah emosi daripada menyampaikan informasi objektif dan mendalam, sehingga risiko pembingkaian yang menyesatkan menjadi semakin tinggi.

Jalan Etis Menuju Tanggung Jawab Sosial dan Pencerahan Industri Media

Etika komunikasi bukan sekadar himpunan norma

perilaku, tetapi merupakan fondasi filosofis dan praktis yang mengarahkan komunikasi agar berpihak pada integritas, akurasi, transparansi, dan empati. Dalam masyarakat yang semakin kompleks, etika menjadi kebutuhan struktural yang menyeimbangkan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial. Prinsip ini penting untuk memastikan bahwa komunikasi tidak sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap individu dan masyarakat. Johannesen, Valde, dan Whedbee (2008) menegaskan bahwa komunikasi etis bukan hanya tentang kejujuran, tetapi juga menyangkut pengakuan atas martabat dan kesejahteraan pihak lain. Komunikasi yang baik harus mampu menjangkau dimensi moral, emosional, dan intelektual audiens. Dalam kerangka ini, pencerahan publik tidak dapat dicapai tanpa komunikasi yang dijalankan secara etis yakni terbuka, jujur, dan berorientasi pada kebaikan bersama. Komunikasi bukanlah proses sepihak, melainkan relasional dan kolektif dalam membangun pemahaman yang adil dan bermakna.

Namun, penerapan etika komunikasi dalam praktik memerlukan kesadaran kritis dan komitmen yang konsisten. Media dan komunikator publik tidak cukup hanya menghindari kebohongan, tetapi juga harus menolak praktik manipulatif dan sensasional yang merusak kualitas informasi. Di tengah budaya digital yang mengedepankan kecepatan dan viralitas, tanggung jawab etis menjadi kunci untuk menjaga mutu diskursus publik serta mencegah degradasi nilai-nilai demokrasi dalam ruang komunikasi modern.

Teori Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility Theory*) yang mulai berkembang sejak laporan Hutchins Commission pada tahun 1947 menegaskan bahwa media memiliki kewajiban moral untuk menyajikan informasi yang akurat, kontekstual, dan berimbang demi kepentingan publik. Dalam perkembangan kontemporer, tanggung jawab ini tidak hanya mencakup penyampaian berita yang berkualitas, tetapi juga mencakup perlindungan terhadap keragaman suara,

keberlanjutan lingkungan digital, serta perlawanan terhadap penyebaran kebencian dan polarisasi sosial.

Christians et al. (2020) dalam *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*, prinsip tanggung jawab sosial mengharuskan jurnalis dan institusi media untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang pemberitaan mereka terhadap proses demokrasi dan kesadaran kolektif masyarakat. Namun, dalam lanskap media digital saat ini, distribusi informasi semakin dimediasi oleh media sosial dan platform daring yang diatur oleh sistem algoritmik. Algoritma ini seringkali memprioritaskan keterlibatan (*engagement*) dan klik di atas akurasi dan konteks, sehingga secara tidak langsung menciptakan ruang gema (*echo chambers*) yang memperkuat bias konfirmasi, membatasi perspektif, dan pada akhirnya melemahkan kualitas diskursus publik yang inklusif dan reflektif.

Demi mengembalikan fungsi pencerahan publik dan tanggung jawab sosial dalam industri media, diperlukan pendekatan strategis yang berkelanjutan, antara lain dengan mengedepankan kampanye literasi media guna meningkatkan pemahaman publik terhadap cara kerja media, pentingnya verifikasi informasi, serta kesadaran akan bias dan dampak algoritma, melalui pendidikan formal, pelatihan komunitas, dan kolaborasi dengan lembaga independen. Selanjutnya, pembentukan ruang redaksi yang etis dengan mengusung prinsip *slow journalism* menjadi penting demi menjamin kualitas, akurasi, dan empati dalam pemberitaan, serta melibatkan komunitas dalam penentuan agenda agar tetap inklusif. Selain itu, jurnalisme partisipatoris perlu diperluas dengan menghadirkan audiens sebagai kontributor aktif dalam pelaporan, sehingga memperkuat keterhubungan media dengan masyarakat. Terakhir, transparansi dan regulasi algoritma harus didorong agar distribusi informasi di platform digital lebih adil, terbuka, dan tidak memperkuat echo chamber maupun polarisasi, sehingga tercipta ekosistem komunikasi yang lebih sehat, etis, dan demokratis.

Media memiliki potensi besar sebagai instrumen pencerahan publik dan pelaksana tanggung jawab sosial, namun hal ini hanya dapat terwujud jika produksi dan distribusi informasi dijalankan secara etis dan berpihak pada kepentingan publik. Saat ini, ekosistem komunikasi digital terjebak dalam logika pasar dan algoritma, di mana etika komunikasi kerap dikalahkan oleh tuntutan viralitas dan monetisasi. Krisis kepercayaan, keruntuhan etika, serta distorsi makna menandai gejala sistemik dari industri yang lebih mengutamakan keuntungan dibanding kepentingan bersama. Dalam konteks ini, teori ekonomi politik media menjadi penting untuk memahami bagaimana relasi kuasa memengaruhi arah informasi dan memperkuat disinformasi sebagai konsekuensi dari sistem yang timpang.

Fenomena *clickbait*, viralitas, dan kecepatan informasi menunjukkan bagaimana media digital telah kehilangan sebagian besar fungsi edukatif dan reflektifnya. Ketika konten diproduksi berdasarkan daya tarik emosi dan potensi viralitas semata, maka fungsi edukatif dan pencerahan publik menjadi kabur. Media tidak lagi menjadi ruang perenungan dan pertukaran ide, melainkan sekadar pabrik sensasi. Hal ini memunculkan kebutuhan akan jurnalisme lambat (*slow journalism*), redaksi etis, dan strategi literasi media yang berkelanjutan sebagai bentuk perlawanan terhadap budaya instan yang merusak kualitas wacana publik.

Media ditantang untuk kembali menjalankan perannya sebagai penjaga kebenaran (*watchdog of truth*), bukan sekadar sebagai penghasil informasi, tetapi sebagai institusi yang menyaring, memverifikasi, dan menyuarakan kepentingan publik. Peran ini hanya dapat berjalan dengan komitmen kuat terhadap prinsip-prinsip etika komunikasi, keterlibatan komunitas dalam agenda redaksional, serta penggunaan teknologi secara bertanggung jawab. Jalan menuju tanggung jawab sosial dan pencerahan media adalah jalan etis yang menuntut keberanian untuk melawan arus dominan, melalui reformasi kelembagaan, transparansi

algoritma, literasi media, dan keberpihakan pada nilai-nilai inklusivitas, akurasi, serta empati. Transformasi media bukan sekadar persoalan teknis, melainkan juga ideologis dan moral, dan hanya dengan kembali pada fondasi etikanya, media dapat menjawab tantangan zaman serta menjalankan mandat historisnya sebagai penjaga demokrasi dan agen pencerahan.

Referensi

- Aisyah, M. (2025, Maret 2). *Echo chambers: Ketika algoritma memperkuat bias*. CloudComputing.id. <https://www.cloudcomputing.id/pengetahuan-dasar/echo-chambers#:~:text=Echo%20chambers%20adalah%20situasi%20di,bahkan%20dalam%20lingkungan%20sosial%20tertentu>
- Barata, G. (2020). *Etika Jurnalistik dalam Era Post-Truth: Studi Kasus Media Daring Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Informasi Publik, 12(1), 43–56. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jkip>
- DataReportal & We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- GCFLearn. (2019). Digital Media Literacy: What is an Echo Chamber? <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-media-literacy/what-is-an-echo-chamber/1/>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE & Open University Press.
- Khan, R. (2024, November 13). Kumparan. Retrieved from <https://kumparan.com/>: <https://kumparan.com/raizakhan29/kebenaran-yang-terancam-peran-jurnalisme-dalam-menjaga-demokrasi-yang-sehat-23u7JQS91Vq>

- McChesney, R. W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. The New Press.
- McNair, B. (2017). *Fake News: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism*. Routledge.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. Oxford University Press.
- Rahayu, L. (2023, Desember 6). *VIRAL detik-detik wanita terjebak 1 jam di lift, nangis sampai kena panic attack, begini nasibnya*. Tribun-Medan.com. <https://medan.tribunnews.com/2023/12/06/viral-detik-detik-wanita-terjebak-1-jam-di-lift-nangis-sampai-kena-panic-attack-begini-nasibnya?page=all>
- Rahayu, L. (2023, Desember 6). *VIRAL detik-detik wanita terjebak 1 jam di lift, nangis sampai kena panic attack, begini nasibnya*. Tribun-Medan.com. <https://medan.tribunnews.com/2023/12/06/viral-detik-detik-wanita-terjebak-1-jam-di-lift-nangis-sampai-kena-panic-attack-begini-nasibnya?page=all>
- Reuters Institute. (2023). *Digital News Report 2023: Indonesia*. Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/indonesia>
- Reuters Institute. (2023). *Digital News Report 2023: Indonesia*. Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/indonesia>
- Satiti, T. W. (2024, Desember 2). *Jurnalisme, sensasionalisme, dan tanggung jawab terhadap kebenaran*. Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. <https://kumparan.com/twikansatiti/jurnalisme-sensasionalisme-dan-tanggung-jawab-terhadap-kebenaran-241FnObUEOu/full>
- Tamburaka, S. (2021). *Framing Media dan Implikasi Ideologis dalam Pemberitaan Politik di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 45–58.

- Tandoc, E. C., & Maitra, J. (2022). *News as Clickbait: Understanding How News Consumption Is Influenced by Headline Style*. *Journalism Studies*, 23(3), 361–379.
- Tandoc, E. C., Jenkins, J., & Maitra, J. (2022). *Clickbait as Gatekeeping: How Journalistic Repertoires Are Shaped by Platform Logics*. *Journalism Studies*, 23(4), 521–537.
- Tim Cek Fakta Kompas.com. (2025, Februari 26). [HOAKS] Tidak ada media nasional yang meliput Aksi Indonesia Gelap. Kompas.com. <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2025/02/26/122700582/-hoaks-tidak-ada-media-nasional-yang-meliput-aksi-indonesia-gelap>
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 17(1), 98–111. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Johannesen, R. L., Valde, K. S., & Whedbee, K. E. (2008). *Ethics in Human Communication* (6th ed.). Waveland Press.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). *Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines*. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- Covello, V. T., & Sandman, P. M. (2001). *Risk communication: Evolution and revolution*. In A. Wolbarst (Ed.), *Solutions to an Environment in Peril*.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Press.

- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of literature from organization science, accounting, marketing, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325–344.
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach* (5th ed.). Routledge.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Free Press.
- Goldhaber, M. H. (1997). *The Attention Economy and the Net*. *First Monday*, 2(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. In Bryson, L. (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Row.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*.
- McChesney, R. W. (2008). *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. Monthly Review Press.

- Molyneux, L., & Coddington, M. (2023). *Metrics and meaning: The tensions between audience engagement and journalistic values in a click-driven news culture*. *Digital Journalism*, 11(2), 231–249.
- NN. 2021. “Misteri Makhluk Hitam Busuk Bikin Gempar Warga Sumbar”. Archived: <https://news.detik.com/berita/d-5597049/misteri-makhluk-hitam-busuk-bikin-gempar-warga-sumbar>. Di unduh 22 Mei 2025.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). *“News you don’t believe”: Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute.
- Nugroho, Y. (2012). *Opening the Black Box: The Adoption of ICTs in the Indonesian Media Industry*. LIPI Press.
- Prabowo, Hari, Panca. (2019). “Hoaks, ikan mati massal di pantai Ambon pertanda tsunami”. Archived: <https://www.antarane.ws.com/berita/1076582/hoaks-ikan-mati-massal-di-pantai-ambon-pertanda-tsunami>. Di unduh 22 Mei 2025.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin.
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking Penguin.
- Riyanto, Dwi. Andi. 2023. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023. Archived: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> diunduh 23 Mei 2025.
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Polity Press.
- Sutriyanto, Eko. 2018. Archived: <https://www.tribunnews.com/regional/2018/05/22/tulungagung-geger-siswa-kelas-v-sd-hamili-siswi-smp>. Di unduh 22 Mei 2025.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions*. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

- Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. (2011). *A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication*. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19(2), 110–122.
- We Are Social & Kepios. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. [Online Report]. Retrieved from: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe Report.
- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., Kreshel, P. J., & Woods, R. H. (2020). *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (11th ed.). Routledge.

@galuhpatria

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si adalah mantan jurnalis yang kini menjadi akademisi dan dosen tetap Ilmu Komunikasi di FISIP Universitas Andalas. Dengan latar pendidikan S1, S2 hingga S3 yang konsisten di bidang Komunikasi. Aktif mengembangkan kajian ilmu komunikasi melalui pengajaran dan penelitian. Fokus penelitiannya mencakup jurnalistik, komunikasi sosial, ekonomi politik media dan budaya, isu-isu sosial, serta kajian gender. Karyanya menyelami realitas sosial dan dinamika komunikasi digital, mulai dari pelacuran terselubung hingga pengaruh media sosial pada Generasi Z yang mencerminkan komitmennya terhadap isu kontemporer dan diskusi kritis. Selain dikenal atas kontribusi akademik, aktif membimbing mahasiswa, menginspirasi generasi profesional komunikasi, dan berperan penting dalam membentuk perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia. Keterlibatannya dalam organisasi turut menegaskan dedikasi luasnya terhadap kemajuan disiplin ini.



Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si adalah seorang akademisi Pada Prodi Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jendral Soedirman. Meraih gelar S3 di Universitas Padjadjaran dan sempat menempuh pendidikan singkat di UQ Australia. Saat ini mendapat amanah sebagai Dekan FISIP UPN “Veteran” Jakarta dan Ketua Umum ASPIKOM. Bidang ilmu yang diampu antara lain: Metode Penelitian Komunikasi, Komunikasi Multikultur, dan Komunikasi Antarpribadi. Penulis merupakan asesor Akreditasi Program Studi untuk BAN-PT dan LAMSPAK, juga Asesor Sertifikasi Dosen DIKTI, menunjukkan kontribusi signifikan dalam dunia pendidikan tinggi Ilmu Komunikasi di Indonesia.



Winda Vanisya, S.I.Kom., M.I.Kom

adalah seorang aktif berkegiatan di bidang Ilmu Komunikasi yang berfokus pada media dan komunikasi. Minatnya yang besar terhadap dunia pendidikan mendorongnya untuk berkiprah sebagai pengajar, menulis buku, melakukan penelitian, hingga pengabdian kepada masyarakat di salah satu perguruan tinggi di Indonesia. Selama masa kuliah, ia pernah menjalani magang sebagai jurnalis di media lokal Langgam.id, serta aktif sebagai content writer di platform Instagram @inisiklus, tempat ia memproduksi berbagai konten edukatif seputar isu yang tengah hangat diperbincangkan publik.

INTERNASIONALISASI ILMU KOMUNIKASI “DWI SUTRA”; STUDI KOLABORASI UNIVERSITAS PENDIDIKAN SULTAN IDRIS MALAYSIA, UNIVERSITAS BINA DARMA DAN UNIVERSITAS MERCUBUANA YOGYAKARTA

Desy Misnawati, Itryah, dan Nuszep Almigo

Universitas Bina Darma

desy_misnawati@binadarma.ac.id

Seiring dengan semangat transformasi pendidikan tinggi di Indonesia, kebijakan Kampus Merdeka yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2020 tentang Sistem Pendidikan Nasional mengamanatkan pentingnya pelaksanaan pendidikan yang adaptif, transformatif, dan berbasis pada kolaborasi lintas sektor, termasuk melalui program mobilitas mahasiswa dan kerja sama internasional. Hal ini diperkuat dengan Permendikbud No. 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis *outcome* dan relevansi global dalam penyelenggaraan program studi.

Sebagai bentuk konkret dari pelaksanaan kebijakan tersebut, program DWI SUTRA (Jalinan Komunikasi Antar Bangsa) hadir sebagai inisiatif strategis kolaborasi internasional antara Universitas Pendidikan Sultan Idris (UPSI) Malaysia, Universitas Bina Darma, dan Universitas Mercu-buana Yogyakarta. Program ini merupakan wujud pelaksanaan tridharma perguruan tinggi dalam skema pertukaran mahasiswa, riset kolaboratif, serta penguatan komunikasi multikultural lintas negara.

DWI SUTRA berfokus pada internasionalisasi ilmu komunikasi dan membentuk mahasiswa yang memiliki kompetensi komunikasi global, selaras dengan IKU 2 (Mahasiswa Mendapat Pengalaman di Luar Kampus) dan IKU 6 (Program Studi Bekerja Sama dengan Mitra Kelas Dunia) yang ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritik di kelas, tetapi juga menjalani pengalaman langsung dalam lingkungan budaya yang berbeda, memperkuat keterampilan komunikasi antarbudaya, dan memperluas jejaring akademik internasional.

Lebih jauh, kegiatan ini turut mendukung visi Kampus Berdampak dengan memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan reputasi akademik, penguatan diplomasi budaya, dan pencapaian indikator internasionalisasi perguruan tinggi. Melalui publikasi ilmiah bersama, pertukaran praktik komunikasi, dan pengembangan kurikulum lintas negara, program DWI SUTRA telah menjadi contoh bagaimana kolaborasi lintas batas dapat menjadi katalisator peningkatan mutu pendidikan tinggi di kawasan ASEAN.

Kemudian, mahasiswa tidak hanya berkesempatan untuk mempelajari budaya lain, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi dalam konteks global, mengatasi hambatan budaya, serta berkontribusi pada pembentukan identitas global yang inklusif. Selain itu, kolaborasi ini menjadi wujud konkret diplomasi pendidikan dan penguatan soft power

antar negara ASEAN, khususnya Indonesia dan Malaysia. Dengan memperhatikan peran strategis kegiatan ini, maka penting untuk dilakukan kajian akademik yang mendalam guna melihat sejauh mana komunikasi multikultural dalam program DWI SUTRA berkontribusi terhadap penguatan ilmu komunikasi yang berdaya saing global, sekaligus mengevaluasi keberhasilan model kolaborasi internasional dalam pendidikan tinggi komunikasi.

Oleh karena itu, penting dilakukan kajian akademik yang mendalam untuk menilai bagaimana program DWI SUTRA mendukung transformasi pendidikan tinggi berbasis kebijakan nasional, sekaligus memperkuat internasionalisasi ilmu komunikasi sebagai bagian dari tanggung jawab institusi pendidikan dalam mencetak lulusan yang siap bersaing secara global.

Dwi Sutra dan Transformasi Pendidikan Tinggi di Indonesia

Transformasi pendidikan tinggi di Indonesia menuntut penguatan daya saing global melalui kebijakan strategis, seperti Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan integrasi *outcome-based education* yang diatur dalam Permendikbud No. 53 Tahun 2023. Dalam kerangka ini, program DWI SUTRA menjadi praktik baik (*best practice*) dari internasionalisasi ilmu komunikasi yang relevan, adaptif, dan berdampak. Dalam era yang serba terhubung ini, ilmu komunikasi bukan lagi sekadar teori di ruang kelas. Ia tumbuh dalam percakapan, kolaborasi, dan keberanian untuk memahami dunia dari sudut pandang yang berbeda. Dari semangat inilah, lahir sebuah program yang menjembatani ruang dan waktu: DWI SUTRA.

Berawal dari semangat untuk menghadirkan pendidikan yang lebih adaptif dan berdampak, DWI SUTRA menjadi salah satu inisiatif nyata menjawab panggilan Kampus Merdeka. Program ini merupakan hasil kolaborasi tiga institusi lintas negara yaitu Universitas Pendidikan Sultan Idris (UPSI),

Malaysia, Universitas Bina Darma, Indonesia dan Universitas Mercubuaana Yogyakarta, Indonesia. Kolaborasi ini bukan hanya sekadar program pertukaran mahasiswa, tetapi juga sebuah perjalanan membangun pemahaman lintas budaya, memperluas cakrawala akademik, dan menanamkan nilai-nilai kemanusiaan dalam proses pembelajaran.

Program DWI SUTRA yang diselenggarakan pada tanggal 21-27 April 2025 di Universitas Pendidikan Sultan Idris (UPSI), Malaysia, bukan sekadar program pertukaran akademik, tetapi merupakan perjalanan lintas budaya yang menyatukan pemuda dari Indonesia, Malaysia, dan Uzbekistan. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa dari berbagai latar belakang budaya dan bangsa terlibat dalam serangkaian kegiatan edukatif, reflektif, dan kolaboratif, yang memperkuat keterampilan komunikasi antarbudaya serta menumbuhkan kesadaran global.

FOCASE Forum Cakna Serumpun

Sebuah seminar dan diskusi lintas negara yang membahas isu-isu aktual, terutama tentang psikologi generasi Z dan tantangan sosial yang dihadapi oleh pemuda masa kini. Mahasiswa berperan aktif sebagai pembicara dan peserta, menyampaikan gagasan dari perspektif sosial-budaya masing-masing negara. Forum ini menjadi ruang terbuka untuk dialog kritis dan empati lintas batas. Salah satu kegiatan kunci dalam program DWISUTRA adalah seminar dan diskusi lintas negara yang membahas topik-topik aktual seputar psikologi generasi Z dan berbagai tantangan sosial yang dihadapi pemuda masa kini. Kegiatan ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif karena memberikan ruang partisipatif bagi mahasiswa untuk menyampaikan gagasan, pengalaman, dan refleksi dari perspektif sosial-budaya masing-masing negara.



Mahasiswa dari Indonesia, Malaysia, dan Uzbekistan mengambil peran aktif tidak hanya sebagai pendengar, tetapi juga sebagai pembicara dan penggagas diskusi. Mereka menyuarakan keresahan kolektif yang dihadapi generasi mereka: mulai dari tekanan media sosial, krisis identitas, kecemasan masa depan, isolasi sosial pascapandemi, hingga pencarian makna dalam era hiper-digital. Generasi Z, yang lahir sekitar tahun 1995–2012, tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat. Karakter mereka dikenal melek informasi, ekspresif secara daring, namun juga rentan terhadap tekanan psikologis akibat paparan media yang terus-menerus. Diskusi ini menjadi sangat relevan karena menghubungkan isu psikologis tersebut dengan aspek komunikasi baik dalam relasi sosial, dinamika keluarga, maupun dalam ruang digital global.

Menurut kajian psikologi komunikasi, komunikasi yang sehat berperan besar dalam membentuk kesejahteraan psikologis individu. Beberapa teori penting yang relevan di antaranya: *Self-Disclosure Theory* (Jourard, 1971): keterbukaan dalam berbagi pikiran dan perasaan menjadi kunci relasi sosial yang sehat. Generasi Z, meskipun aktif di media sosial, sering

mengalami "loneliness in connectivity". *Interpersonal Needs Theory* (Schutz, 1966): generasi muda memiliki kebutuhan dasar untuk inklusi, kontrol, dan afeksi dalam komunikasi sosialnya. *Uncertainty Reduction Theory* (Berger & Calabrese, 1975): di tengah dunia yang berubah cepat, komunikasi menjadi alat untuk mengurangi kecemasan dan membangun rasa aman dalam hubungan social. Dalam konteks lintas budaya, forum ini juga membantu mahasiswa memahami bahwa tantangan yang mereka hadapi bersifat global, namun cara penyikapan dan nilai-nilai yang melandasinya bisa sangat kontekstual. Inilah letak pentingnya komunikasi lintas negara sebagai sarana saling memahami, memperluas empati, dan mengatasi stereotip antarbudaya. Forum ini menjadi ruang yang sangat penting karena berfungsi:

1. Sebagai laboratorium reflektif, tempat mahasiswa mengenal diri dan orang lain dalam konteks global.
2. Sebagai ruang validasi pengalaman, di mana mahasiswa merasa tidak sendiri dalam kegelisahan mereka.
3. Sebagai sarana terapi komunikasi, di mana keterbukaan, humor, tanya jawab, dan empati menjadi medium penyembuhan psikologis sosial (social healing).

Bicara Warkah Sastra

Forum ini bukan sekadar ruang akademik, melainkan pertemuan lintas budaya yang penuh kehangatan dan rasa hormat. Di dalamnya, mahasiswa dari berbagai negara Indonesia, Malaysia, dan Uzbekistan berbagi dan mendedikasikan kisah tentang keragaman dialek, bahasa ibu, dan warisan sastra yang mereka miliki. Diskusi berlangsung tidak hanya dengan nalar, tetapi juga dengan hati. Setiap dialek yang diucapkan, setiap puisi yang dibacakan, bukan hanya kata-kata tetapi pantulan sejarah, identitas, dan jiwa kolektif sebuah bangsa. Dalam forum ini, mahasiswa menyadari bahwa bahasa tidak pernah netral. Ia membawa serta nilai, pandangan dunia (*worldview*), serta cara sebuah masyarakat memaknai hidup. Bahasa ibu, sebagaimana dijelaskan oleh

Pavlenko (2019), bukan hanya alat komunikasi, tetapi penanda emosional yang membentuk identitas individu dan kolektif. Ketika mahasiswa mengenalkan dialek daerah mereka, mereka sedang membuka pintu pada satu dimensi budaya yang mungkin selama ini tersembunyi di balik bahasa formal.

Lebih dari itu, sastra baik dalam bentuk puisi, cerita rakyat, maupun peribahasa menjadi medium diplomasi lunak (*soft diplomacy*) yang melampaui batas geopolitik. Sastra menyentuh sisi kemanusiaan yang universal: kerinduan, keberanian, cinta, dan perjuangan. Saat mahasiswa membacakan karya sastra dalam bahasa daerah mereka, yang mungkin tidak seluruh audiens mengerti, hadirin tetap menangkap rasa yang terkandung di dalamnya. Di sinilah kekuatan komunikasi lintas budaya bekerja bahwa emosi dan makna tidak selalu membutuhkan terjemahan literal.



Menurut Fishman (2020), dialek dan variasi bahasa lokal memiliki fungsi vital dalam menjaga keberagaman linguistik, yang menjadi bagian penting dari kekayaan budaya dunia. Sayangnya, dalam proses modernisasi dan globalisasi, banyak dialek terpinggirkan. Maka, forum seperti ini tidak hanya merayakan keberagaman, tetapi juga menjadi bentuk

pelestarian dan perlawanan terhadap homogenisasi budaya. Forum ini juga memperkuat pemahaman mahasiswa bahwa bahasa dan identitas tidak bisa dipisahkan. Seperti yang dikemukakan oleh García & Wei (2018), individu yang tumbuh dalam komunitas bilingual atau multilingual memiliki cara pandang yang lebih fleksibel, adaptif, dan terbuka terhadap perbedaan. DWI SUTRA menjadi ruang di mana keberagaman linguistik bukan dihapus, tetapi dirayakan sebagai kekuatan bersama. Forum ini menghadirkan diskusi interaktif tentang keragaman dialek, bahasa, dan sastra dari masing-masing negara peserta. Mahasiswa belajar bagaimana komunikasi dipengaruhi oleh bahasa ibu dan identitas kultural, serta bagaimana sastra bisa menjadi alat diplomasi lunak antarbangsa.

Balari

Kegiatan Balari dalam program DWI SUTRA bukan sekadar ajang olahraga, melainkan perayaan kebersamaan, budaya, dan identitas yang dikemas secara santai namun bermakna. Di tengah lintasan lari, tidak ada podium, tidak ada kompetisi sengit yang ada hanyalah semangat yang menyantukan langkah kaki, tawa, dan cerita dari berbagai bangsa. Yang membuat Balari unik adalah *dresscodenya* batik. Peserta dari Indonesia, Malaysia, dan Uzbekistan diajak mengenakan busana tradisional seperti batik dan songket sambil mengikuti *fun run*. Kombinasi antara simbol budaya dan aktivitas fisik ini menciptakan suasana cair yang mempertemukan ekspresi individual dan komunal dalam bentuk paling inklusif: bergerak bersama.

Balari sebagai konteks ilmu komunikasi budaya, batik bukan sekadar pakaian ia adalah simbol naratif yang membawa pesan tentang asal-usul, filosofi hidup, serta status sosial. Setiap motif batik mengandung makna tersendiri, yang sering kali tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga ideologis dan historis. Dengan mengenakan batik di ruang publik internasional, mahasiswa Indonesia membawa identitas budaya

mereka ke dalam ruang dialog global, memperlihatkan keindahan, kesederhanaan, dan nilai luhur yang terkandung di dalamnya. Dalam konteks kegiatan Balari, penggunaan batik sebagai *dresscode* bukan sekadar pilihan estetika, melainkan sebuah bentuk komunikasi nonverbal yang kaya makna. Mengacu pada teori semiotika Roland Barthes, pakaian dapat dipahami sebagai "tanda" dalam sistem semiotika budaya, di mana setiap elemen busana membawa pesan dan makna tertentu yang dapat ditafsirkan oleh masyarakat.

Batik, sebagai warisan budaya Indonesia, mengandung simbolisme yang mendalam. Motif, warna, dan cara pemakaian batik mencerminkan identitas, status sosial, serta nilai-nilai budaya yang dianut oleh pemakainya. Dalam kegiatan Balari, peserta dari berbagai negara mengenakan batik sebagai simbol kebanggaan terhadap warisan budaya masing-masing, sekaligus sebagai upaya membangun keakraban dan kesetaraan dalam keberagaman. Penelitian oleh Rahmawati (2020) dalam jurnal KREDO menekankan bahwa fashion dapat berfungsi sebagai media komunikasi nonverbal yang menyampaikan identitas diri dan sosial. Dalam hal ini, batik tidak hanya berperan sebagai pakaian, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya yang dikenakan dengan penuh makna.

Demikian pula, Wardiani (2019) dalam studinya mengenai busana muslimah menunjukkan bahwa pakaian dapat mengandung mitos dan simbol yang merepresentasikan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat. Lebih lanjut, kegiatan Balari yang menggabungkan olahraga dan budaya melalui fun run dengan *dresscode* batik menciptakan ruang interaksi yang santai namun penuh makna. Peserta tidak hanya berolahraga bersama, tetapi juga saling berbagi cerita dan pengalaman budaya, memperkuat empati dan pemahaman lintas budaya. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi nonverbal melalui pakaian dapat menjadi jembatan untuk membangun hubungan sosial yang lebih erat dan inklusif.

Khat-Zannah

Dalam deretan kegiatan lintas budaya yang berlangsung dalam program DWI SUTRA, sesi *Khat-Zannah* menjadi salah satu kegiatan yang paling sunyi—namun juga paling bermakna. Berbeda dari diskusi atau pertunjukan yang ekspresif, *Khat-Zannah* mengajak peserta berdiam sejenak, menundukkan diri, dan menyelami seni tulis tangan tradisional dengan ketenangan dan ketekunan. Di ruang sederhana dengan pencahayaan lembut, para peserta duduk bersila, memegang sebatang pena dari kayu, dan menorehkan tinta ke atas kertas, bukan untuk sekadar menulis, tetapi untuk menghidupkan makna. Sesi kaligrafi tradisional yang dilakukan dengan metode klasik menggunakan alat dari kayu. Aktivitas ini menekankan nilai kesabaran, kehalusan budaya, dan penghargaan terhadap seni tulis tangan sebagai bagian penting dari komunikasi visual dalam tradisi Melayu dan Islam.



Kegiatan ini memperkenalkan kaligrafi Arab-Melayu klasik, sebuah bentuk seni tulis yang dalam tradisi Islam disebut sebagai *khat* yang bukan hanya bentuk ekspresi artistik, tetapi juga refleksi spiritual dan kebudayaan. Alat tulis yang digunakan berupa *qalamu al-khashab* (pena kayu),

sebagaimana digunakan dalam tradisi penulisan Al-Qur'an sejak abad pertengahan. Proses menulis dilakukan perlahan, dengan konsentrasi tinggi dan teknik khusus, yang secara alami melatih kesabaran, kehati-hatian, dan penghargaan terhadap detail.

Komunikasi Visual dalam Tradisi Budaya Islam-Melayu

Dalam perspektif komunikasi visual, kaligrafi bukan hanya tentang estetika huruf. Ia adalah bentuk komunikasi simbolik yang menyampaikan nilai, sejarah, dan bahkan emosi melalui garis dan lengkung. Dalam konteks Islam, kaligrafi menjadi media komunikasi utama ketika visualisasi figur dilarang sehingga huruf itu sendiri menjadi simbol spiritualitas, ilmu, dan keindahan. Menulis bukan sekadar teknis, tapi bentuk ibadah dan ekspresi keimanan. Di wilayah Melayu, kaligrafi berkembang sebagai perpaduan antara tulisan Arab dengan ragam ornamen lokal. Bentuknya tidak hanya ditemukan di mushaf, tetapi juga pada naskah-naskah kuno, pintu masjid, hingga kain songket. Dalam tradisi ini, *khat* menjadi bahasa seni yang menyatukan dunia Islam dan budaya lokal, membentuk identitas visual yang khas.

Nilai Edukatif dan Kultural dalam Khat-Zanah

Kegiatan Khat-Zanah mengandung nilai-nilai mendalam yang sangat relevan bagi pendidikan karakter dan lintas budaya:

1. Kesabaran dan ketekunan: Menulis kaligrafi bukan pekerjaan terburu-buru. Ia mengajarkan pentingnya proses yang pelan tapi penuh perhatian.
2. Apresiasi budaya dan spiritualitas: Mahasiswa dari berbagai latar belakang belajar menghormati tradisi Islam-Melayu dan memahami esensinya, bukan sekadar bentuk luarnya.
3. Refleksi diri dan mindfulness, Dalam ketenangan menulis, peserta mengalami semacam *meditasi kultural*, di mana pikiran dan tangan bergerak selaras.

4. Komunikasi lintas zaman dan nilai, Kaligrafi menghubungkan masa lalu dengan masa kini, antara nilai yang diwariskan dan makna yang ditafsirkan ulang.

Ritma Rentak Gemalai

Acara pentas budaya antarnegara, di mana mahasiswa menampilkan tarian, musik, dan ekspresi budaya dari negara masing-masing: Indonesia, Malaysia, Uzbekistan, India, dan China. Ini menjadi puncak perayaan keberagaman, memperlihatkan bahwa komunikasi sejati hadir dalam gerak, irama, dan harmoni. Rangkaian program DWISUTRA, digelar sebuah acara yang menjadi puncak selebrasi sekaligus refleksi: pentas budaya antarnegara. Dalam momen ini, panggung bukan lagi milik satu kelompok atau satu negara, tetapi ruang bersama yang menghidupkan harmoni keberagaman. Mahasiswa dari Indonesia, Malaysia, Uzbekistan, India, dan China tampil satu per satu membawa tarian, musik, lagu, dan ekspresi budaya dari tanah air mereka.

Tapi ini bukan sekadar pertunjukan. Ini adalah wujud nyata komunikasi lintas budaya yang tak memerlukan penerjemah. Gerakan tangan dalam tari tradisional, denting alat musik etnik, alunan lagu rakyat, serta pakaian adat yang penuh warnasemuanya menjadi bahasa universal yang menyampaikan identitas, sejarah, kebanggaan, dan harapan dari setiap bangsa. Komunikasi Melalui Gerak dan Irama



Dalam perspektif ilmu komunikasi, khususnya komunikasi nonverbal, seni pertunjukan seperti tari dan musik adalah bagian dari komunikasi simbolik dan ekspresif. Menurut Knapp & Hall (2021), bentuk komunikasi nonverbal seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan ritme suara memiliki kekuatan afektif yang mampu menembus batas budaya. Dalam kegiatan ini, komunikasi terjadi dalam wujud estetika di mana peserta dan penonton merasakan makna, bukan sekadar memahami secara intelektual.

Misalnya, ketika mahasiswa Indonesia mempersembahkan Tari Saman atau Tari Piring, mereka tidak hanya menunjukkan keterampilan, tetapi mengomunikasikan nilai kolektivitas, kerja sama, dan spiritualitas. Begitu pula saat mahasiswa Uzbekistan membawakan tarian rakyat Navruz, atau peserta India menampilkan tarian klasik Kathak, penonton dapat menangkap nuansa filosofi dan ritus kehidupan dari masing-masing budaya bahkan tanpa mengerti bahasanya.

Budaya Sebagai Jembatan Komunikasi Antarbangsa

Pentas budaya ini juga menegaskan bahwa dalam interaksi global, budaya bisa menjadi alat diplomasi (*soft diplomacy*) yang sangat efektif. Melalui seni, mahasiswa dari berbagai negara belajar menghargai perbedaan bukan sebagai ancaman, tetapi sebagai sumber inspirasi dan kedekatan. Momen-momen saat mereka saling menonton, bersorak, dan memberi apresiasi adalah titik-titik di mana ikatan sosial dan emosional terbentuk secara otentik.

Kegiatan ini juga memperkuat teori *intercultural performance* (Schechner, 2020), yaitu gagasan bahwa seni pertunjukan lintas budaya dapat menjadi sarana untuk membangun empati, pertukaran makna, dan rekonstruksi identitas kolektif. Mahasiswa tidak hanya membawa budayanya ke atas panggung, tetapi membiarkan dirinya tersentuh oleh budaya orang lain.

Nilai dan Dampak Kegiatan

Pentas budaya ini tidak hanya menyatukan suara dan gerakan, tetapi juga:

1. Menumbuhkan kepercayaan diri mahasiswa dalam membawa identitas budaya mereka ke ruang global.
2. Mengajarkan pentingnya kolaborasi dalam keberagaman, tanpa merasa lebih unggul atau inferior.
3. Menjadi alat belajar komunikasi nonverbal dan antarbudaya yang sangat kuat dan menyentuh.
4. Mendorong penghargaan terhadap seni tradisi, bukan sebagai nostalgia, tapi sebagai kekuatan masa kini.

Procep - Protokoler dan *Public Speaking*

Pelatihan protokoler dan keterampilan public speaking yang memperkuat kemampuan mahasiswa dalam menyampaikan pesan secara profesional. Pelatihan ini bermanfaat untuk membekali mereka menghadapi forum-forum akademik dan kenegaraan di masa depan. Di tengah era globalisasi dan tuntutan komunikasi yang semakin kompleks, kemampuan berbicara di depan publik dan memahami etika protokoler menjadi keterampilan yang sangat penting bukan hanya untuk profesional, tetapi juga untuk mahasiswa yang sedang dipersiapkan sebagai pemimpin masa depan. Dalam program DWI SUTRA, kegiatan PROCEP (Protokoler dan *Public Speaking*) dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut.



Kegiatan ini memberikan ruang bagi mahasiswa dari berbagai negara untuk belajar, berlatih, dan mempraktikkan cara menyampaikan pesan secara profesional, baik dalam konteks formal seperti acara kenegaraan dan forum akademik, maupun dalam konteks informal yang tetap membutuhkan kepekaan komunikasi. Lebih dari sekadar pelatihan teknik berbicara, PROCEP mengajarkan bagaimana membawa diri, menyusun struktur bicara, mengatur nada suara, membaca situasi, hingga mengelola kecemasan saat tampil di depan umum.

Pelatihan Protokoler Membangun Etika dan Ketepatan dalam Komunikasi Formal

Dalam bagian protokoler, peserta diajarkan struktur dan tata cara penyelenggaraan acara resmi, termasuk cara menyambut tamu, urutan sambutan, penyusunan tempat duduk berdasarkan hierarki, serta penggunaan bahasa formal dan gestur yang tepat. Pelatihan ini juga memperkenalkan peserta pada keragaman etiket budaya, mengingat forum internasional kerap melibatkan tamu dari latar belakang kebangsaan yang berbeda. Pelatihan ini menanamkan kesadaran bahwa komunikasi profesional bukan hanya soal berbicara, tetapi juga memahami konteks, struktur, dan simbol-simbol kehormatan. Mahasiswa diajak untuk bersikap sigap, percaya diri, dan menghormati adat protokol sebagai bagian dari kecakapan sosial yang esensial di dunia kerja dan diplomasi.



Public Speaking: Menyampaikan Gagasan dengan Keberanian dan Kejelasan

Dalam sesi public speaking, peserta belajar menyusun pidato, presentasi akademik, dan penyampaian opini dengan struktur yang logis dan menarik. Teknik-teknik dasar seperti contact mata, artikulasi, pengaturan intonasi, bahasa tubuh, dan storytelling diperkenalkan dengan pendekatan yang inklusif dan interaktif. Latihan dilakukan secara langsung dengan umpan balik dari mentor dan sesama peserta.

Pelatihan ini memberi ruang aman bagi mahasiswa untuk menemukan suara mereka sendiri, bukan hanya dalam arti teknis, tetapi secara personal menguatkan identitas mereka sebagai pembicara yang berintegritas dan memiliki perspektif global. Mereka belajar untuk tidak hanya “berbicara baik,” tetapi berbicara dengan nilai, keberanian, dan empati.

Nilai Edukatif dan Strategis

Kegiatan PROCEP bukan hanya pelatihan teknis, tetapi merupakan proses pembelajaran menyeluruh yang memberikan nilai tambah strategis bagi mahasiswa, baik dalam aspek akademik, profesional, maupun pengembangan karakter. Nilai-nilai ini penting sebagai bagian dari upaya membentuk lulusan yang siap tampil di ruang publik dan mampu menjadi representasi institusi maupun bangsa dalam konteks lokal dan global.

Berikut adalah nilai-nilai edukatif dan strategis dari kegiatan PROCEP:

1. Meningkatkan Kecakapan Komunikasi Formal dan Profesional

Mahasiswa dibekali kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dalam forum resmi, seperti seminar akademik, konferensi internasional, forum kepe-mudaan, maupun kegiatan kenegaraan. Ini menjadi bekal penting untuk tampil percaya diri, sopan, dan tepat dalam menyampaikan ide di hadapan publik

multikultural.

2. Mengembangkan Etika dan Tata Krama dalam Forum Resmi

Melalui pelatihan protokoler, mahasiswa memahami pentingnya etika, hierarki, dan struktur komunikasi dalam acara formal. Ini menumbuhkan kesadaran akan norma dan tata nilai yang berlaku dalam komunikasi resmi, termasuk penghormatan terhadap perbedaan budaya dan status sosial

3. Menumbuhkan Rasa Percaya Diri dan Kepemimpinan Komunikatif

Kegiatan ini membantu mahasiswa mengatasi rasa gugup, membentuk sikap tegas namun rendah hati saat berbicara, serta menanamkan sikap kepemimpinan yang komunikatif yakni mampu memengaruhi, menginspirasi, dan menjalin hubungan interpersonal secara positif.

4. Melatih Kemampuan Berpikir Terstruktur dan Menyampaikan Gagasan Secara Jelas

Publicspeakingmengajarkanmahasiswabagaimana menyusun pesan secara logis, padat, dan menarik, sehingga pendengar mudah memahami pesan yang disampaikan. Ini juga menjadi bagian dari kompetensi literasi akademik yang mendukung keberhasilan studi dan karier.

5. Mempersiapkan Mahasiswa Menjadi Duta Akademik dan Budaya

Sebagai calon pemimpin dan representasi institusi, mahasiswa yang mengikuti PROCEP disiapkan untuk menjadi juru bicara kampus dalam forum internasional, kegiatan pertukaran pelajar, atau perwakilan mahasiswa dalam kegiatan nasional. Mereka dilatih tidak hanya bicara, tapi menyampaikan nilai dan identitas dengan elegan.

6. Memperkuat Kesiapan Menghadapi Dunia Kerja dan Diplomasi Global

Keterampilan berbicara di depan umum dan pemahaman protokoler adalah soft skill unggulan yang sangat dibutuhkan di dunia kerja terutama dalam bidang komunikasi, hubungan masyarakat, pelayanan publik, diplomasi, pendidikan, hingga bisnis global.

Dengan mengikuti PROCEP, mahasiswa tidak hanya belajar cara berbicara dengan baik, tetapi juga bagaimana membangun citra diri yang profesional, etis, dan menginspirasi. Kegiatan ini menjadi jembatan penting untuk menghubungkan kemampuan akademik dengan tuntutan dunia nyata, sekaligus memperkuat misi universitas dalam mencetak lulusan yang unggul, siap tampil, dan berdampak.

1. Mewakili kampus atau negara dalam forum internasional, seminar, dan konferensi.
2. Menjadi pemimpin komunikasi yang mampu membangun kesan profesional dan kredibel.
3. Memahami sensitivitas lintas budaya dalam komunikasi formal dan publik.
4. Menumbuhkan ketangguhan mental dalam menghadapi ruang publik yang kompetitif.

Di tengah dunia yang semakin menuntut kemampuan tampil dan menyampaikan pesan, PROCEP hadir sebagai laboratorium komunikasi kepemimpinan yang membentuk mahasiswa menjadi orator muda yang cakap, santun, dan strategis. Di sinilah mereka belajar bahwa berbicara bukan sekadar menyampaikan, tetapi menyentuh, menyatukan, dan menginspirasi. Dengan bekal dari pelatihan ini, mahasiswa bukan hanya siap tampil di forum formal, tetapi juga siap menyuarakan perubahan dan memimpin percakapan penting untuk masa depan bangsa dan dunia.

Kembara Ihsan - Belajar Kemanusiaan dari Kampung Sayong

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Kampung Sayong dan situs sejarah lokal. Mahasiswa berinteraksi langsung dengan warga, belajar dari tradisi lokal, dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial serta keagamaan masyarakat setempat. Kegiatan Kembara Ihsan dalam program DWI SUTRA membawa mahasiswa keluar dari ruang kelas dan panggung formal menuju ruang kehidupan nyata yakni desa, rumah warga, tempat ibadah, dan situs sejarah. Di Kampung Sayong, Perak, Malaysia yang dikenal sebagai pusat budaya kerajinan labu sayong mahasiswa mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yang menjadi pengalaman transformatif, baik secara intelektual, sosial, maupun emosional.

Selama kegiatan, mahasiswa tidak hanya mengamati tradisi lokal, tetapi turut terlibat langsung dalam aktivitas warga: membuat kerajinan labu sayong, mengikuti tradisi kampung, memasak bersama, serta menghadiri kegiatan keagamaan dan kebersamaan di masjid. Mahasiswa Indonesia, Malaysia, dan Uzbekistan berbau tanpa sekat, membangun relasi yang didasari oleh nilai saling menghargai, kesetaraan, dan keinginan tulus untuk belajar dari satu sama lain.

Makna Edukatif dari Pengabdian Masyarakat

Dalam perspektif pendidikan tinggi, kegiatan ini mencerminkan pelaksanaan nyata dari tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Pengalaman ini menjadi sarana mahasiswa untuk:

1. Mempelajari praktik komunikasi antarbudaya secara alami, bukan dari teori, tetapi dari interaksi sosial yang nyata dan spontan.
2. Mengembangkan empati sosial, mengenali dinamika komunitas akar rumput, dan memahami bagaimana budaya, agama, dan tradisi menjadi pilar kehidupan masyarakat.

3. Mengasah keterampilan sosial dan kepemimpinan komunitas, termasuk kemampuan mendengar, menghormati perbedaan, dan membangun kerja sama berbasis nilai lokal.

Kegiatan ini sangat sejalan dengan pendekatan *service learning*, yaitu integrasi antara pembelajaran akademik dan pengalaman sosial secara langsung. Seperti dijelaskan oleh Bringle & Hatcher (2014), *service learning* memungkinkan mahasiswa untuk membangun pengetahuan dan nilai melalui kontribusi nyata kepada masyarakat, sambil merefleksikan pengalaman tersebut secara kritis.

Komunikasi dan Budaya Lokal

Di Kampung Sayong, budaya dan komunikasi tidak hadir dalam bentuk lisan saja, tetapi juga dalam ritus, simbol, produk kerajinan, dan cara warga menyambut tamu. Mahasiswa belajar bahwa komunikasi budaya adalah tindakan, bukan hanya kata-kata. Mengikuti doa bersama, menyimak cerita sejarah kampung, dan mencicipi makanan tradisional menjadi bagian dari *dialog antarbudaya* yang memperdalam pemahaman lintas nilai. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menciptakan pengalaman, tetapi juga memperkuat rasa kemanusiaan mahasiswa sebagai bagian dari komunitas global yang saling terhubung melalui nilai-nilai kearifan lokal.

Kuo Force 3.0

Kegiatan volunteer santunan dan interaksi dengan kaum marjinal, seperti gelandangan di sekitar kota Ipoh. Ini adalah pengalaman menyentuh yang memperkuat empati, keberpihakan sosial, dan kesadaran akan pentingnya komunikasi dalam kerja-kerja kemanusiaan. Kuo Force 3.0 adalah salah satu kegiatan paling reflektif dalam program DWI SUTRA. Berbeda dengan forum akademik atau pertunjukan budaya yang meriah, kegiatan ini mengajak mahasiswa

turun langsung ke jalan-jalan kota Ipoh, bertemu, menyapa, dan memberi bantuan kepada kelompok masyarakat yang selama ini sering luput dari perhatian: kaum gelandangan dan marjinal.

Mahasiswa dari Indonesia, Malaysia, dan Uzbekistan bekerja sama dalam aksi kemanusiaan berupa pembagian makanan, dialog sosial sederhana, serta pendampingan dalam bentuk interaksi yang tulus bukan sebagai “pemberi bantuan”, tetapi sebagai manusia yang setara. Mereka belajar tidak hanya soal memberi, tapi lebih dalam: tentang mendengarkan, hadir, dan tidak menghakimi

Nilai Humanistik dan Komunikasi dalam Kerja Kemanusiaan

Dalam perspektif komunikasi kemanusiaan, kegiatan ini mencerminkan apa yang disebut oleh Frey & Palmer (2017) sebagai *compassionate communication* yaitu proses komunikasi yang berakar pada empati, keberpihakan, dan kesadaran sosial dalam konteks penderitaan dan ketidaksetaraan. Interaksi dengan kelompok marjinal bukan hanya bentuk aksi sosial, tetapi juga praktik komunikasi yang membebaskan dan menyembuhkan (*healing communication*). Kegiatan Kuo Force 3.0 juga menanamkan kesadaran akan privilege, bahwa menjadi mahasiswa dari institusi pendidikan tinggi merupakan posisi yang penuh tanggung jawab sosial. Mahasiswa diajak melihat langsung realitas sosial yang tidak tertulis dalam buku, dan menyadari bahwa komunikasi adalah alat keadilan yang bisa menguatkan atau mengasingkan.

Pembelajaran Empati dan Penguatan Civic Engagement

Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan ini juga sejalan dengan prinsip *service learning* dan *civic engagement* dalam pendidikan tinggi. Menurut Bowen (2018), keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial berbasis empati dapat meningkatkan kompetensi komunikasi interpersonal, kepedulian antar-

budaya, dan kesadaran etis mahasiswa terhadap masalah sosial yang kompleks.

Lebih dari itu, kegiatan ini juga memperkuat dimensi *transformative learning* (Mezirow, 1997), di mana mahasiswa mengalami perubahan cara pandang setelah berinteraksi langsung dengan kelompok rentan. Mereka tidak hanya menjadi “orang luar yang menolong,” tetapi manusia yang terhubung oleh kemanusiaan bersama.

Manfaat Edukatif Kuo Force 3.0

1. Menumbuhkan empati interpersonal dan kesadaran sosial lintas budaya.
2. Melatih keterampilan komunikasi berbasis empati, tanpa prasangka atau stigma.
3. Memberi pemahaman langsung tentang isu ketimpangan sosial dan eksklusivitas komunikasi.
4. Mengajarkan bahwa kehadiran dan mendengar pun bisa menjadi bentuk pertolongan yang bermakna.

SSKL Eksplor Kuala Lumpur

Kegiatan eksplorasi kota sebagai bagian dari pembelajaran kontekstual. Mahasiswa diajak mengenal kehidupan urban di Malaysia, dinamika budaya kota besar, dan simbol-simbol identitas nasional seperti Menara Kembar Petronas, Dataran Merdeka, dan pasar budaya.

DWI SUTRA sebagai Praktik Komunikasi Global

Kegiatan DWI SUTRA dirancang bukan sekadar bagian dari kurikulum formal, melainkan sebagai pengalaman hidup yang utuh yang membuka mata, memperluas hati, dan membentuk cara pandang baru tentang dunia dan kemanusiaan. Mahasiswa yang terlibat dalam program ini tidak hadir hanya sebagai peserta pertukaran, tetapi sebagai

pembelajar kehidupan, yang mengalami secara langsung nilai-nilai lintas budaya, menjalin relasi bermakna, dan menanamkan empati dalam komunikasi nyata.

Program ini mencerminkan prinsip *deep learning* sebuah pendekatan pembelajaran yang tidak hanya mengejar hafalan dan pemenuhan tugas, tetapi menekankan pada pemahaman yang mendalam, keterlibatan emosional, dan transformasi pribadi. Biggs dan Tang (2007) menyatakan bahwa *deep learning* terjadi ketika mahasiswa mampu mengaitkan pengetahuan baru dengan pengalaman mereka, merenungkan makna, serta menerapkan secara aktif dalam konteks kehidupan nyata. Inilah yang terjadi dalam DWI SUTRA: mahasiswa belajar tentang komunikasi, budaya, dan kemanusiaan bukan dari buku semata, tetapi dari pengalaman yang hidup dan membekas.

Keterlibatan dalam diskusi antarnegara, pertunjukan seni budaya, kegiatan pengabdian, serta interaksi sosial yang berlangsung selama program ini adalah bentuk konkret dari pembelajaran lintas konteks yang mengasah dimensi kognitif, afektif, dan sosial mahasiswa secara bersamaan. Mereka bukan hanya memahami keragaman budaya, tetapi juga membangun kapasitas diri untuk hidup dalam keberagaman, menjadi pribadi yang lebih terbuka, reflektif, dan mampu berkontribusi dalam masyarakat global.

Lebih jauh, DWI SUTRA merupakan manifestasi dari semangat Kampus Berdampak, yang menempatkan perguruan tinggi bukan sekadar sebagai institusi akademik, tetapi sebagai agen perubahan sosial dan budaya. Melalui program ini, Universitas Bina Darma tidak hanya mengirimkan mahasiswa ke luar negeri, tetapi juga mengirimkan nilai, pengetahuan, dan wajah kemanusiaan Indonesia ke panggung global.

Program ini sejalan dengan misi Kampus Berdampak untuk:

1. Meningkatkan kontribusi nyata pendidikan tinggi terhadap tantangan masyarakat dan peradaban;

2. Membentuk lulusan yang berkarakter, kompeten, dan relevan dalam konteks global;
3. Memperkuat posisi universitas sebagai penggerak kolaborasi antarbangsa, melalui diplomasi budaya, publikasi ilmiah lintas negara, dan aksi nyata di tingkat komunitas.

Dengan demikian, DWI SUTRA adalah cerminan dari apa yang dicita-citakan oleh pendidikan tinggi masa depan: pembelajaran yang bermakna, mendalam, dan berdampak, yang tidak hanya mencerdaskan intelektual, tetapi juga membentuk karakter dan membangun peradaban.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, program DWISUTRA bukanlah sekadar aktivitas pertukaran mahasiswa, tetapi ruang nyata di mana teori komunikasi, nilai kemanusiaan, dan pengalaman lintas budaya berpadu secara langsung dan bermakna. Program ini menjadi laboratorium sosial yang mempertemukan peserta dari berbagai negara, budaya, dan bahasa – memaksa mereka bukan untuk menyesuaikan diri secara instan, tetapi untuk memahami, beradaptasi, dan menjalin hubungan berdasarkan rasa hormat dan empati.

Seperti dijelaskan dalam teori komunikasi antarbudaya (Gudykunst & Kim, 2003), interaksionisme simbolik (Blumer, 1969), dan komunikasi lintas budaya (Hall, 1976), komunikasi bukan interaksionisme simbolik hanya persoalan transfer pesan, tetapi proses sosial kompleks yang mengandung nilai, makna, dan identitas. Dalam DWI SUTRA, mahasiswa belajar langsung bahwa setiap simbol budaya dari bahasa, pakaian, hingga norma kesopanan mengandung makna yang hanya bisa dipahami secara kontekstual. Di sinilah pembelajaran menjadi otentik.

Lebih jauh, kegiatan ini memberikan ruang luas untuk mengembangkan kompetensi komunikasi antarbudaya (Deardorff, 2006), yakni kemampuan berkomunikasi secara etis dan reflektif dalam perbedaan, serta mengambil peran aktif dalam menciptakan ruang komunikasi yang inklusif.

Kegiatan seperti diskusi, kolaborasi seni, pelatihan publik speaking, pengabdian masyarakat, dan eksplorasi budaya bukan hanya memperkaya wawasan, tetapi mengasah kepekaan sosial dan kemampuan komunikasi dalam konteks dunia nyata.

Dalam kerangka kurikulum berbasis *Outcome-Based Education* (OBE), seperti yang diamanatkan dalam Permen-dikbudristek No. 53 Tahun 2023, DWI SUTRA secara nyata mendukung pencapaian Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma, yang diaktualisasikan dalam DWI SUTRA adalah

1. Sikap dan Tata Nilai:

- Menunjukkan sikap tanggung jawab sosial, toleransi, empati budaya, dan keterbukaan terhadap keberagaman.
- Berperilaku etis dalam komunikasi lintas negara dan budaya

2. Penguasaan Pengetahuan:

- Memahami konsep dasar komunikasi antarbudaya, globalisasi media, representasibudaya, dan dinamika sosial dalam konteks multikultural.
- Menganalisis fenomena komunikasi antarbangsa secara kritis dan teoritik.

3. Keterampilan Umum:

- Mampu bekerja sama dalam tim lintas negara, menyampaikan gagasan secara efektif dalam forum internasional, dan beradaptasi dengan perubahan sosial global.
- Mampu berpikir kritis, reflektif, dan komunikatif dalam menghadapi tantangan lintas budaya.

4. Keterampilan Khusus:

- Mampu merancang, mengelola, dan mengevaluasi program komunikasi antarbudaya secara profesional.
- Mampu menjadi fasilitator komunikasi dalam lingkungan multikultural dan menjembatani perbedaan dalam praktik komunikasi global.

Dengan demikian, DWI SUTRA tidak hanya memberi pengalaman internasional, tetapi juga menjadi wahana integratif untuk mewujudkan visi akademik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma membentuk lulusan yang cerdas secara intelektual, tangguh secara sosial, dan unggul dalam kompetensi komunikasi global. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya menjadi saksi lintas budaya, tetapi juga duta nilai-nilai komunikasi yang humanis, inklusif, dan penuh makna di era global yang penuh tantangan.

Program DWI SUTRA secara nyata menunjukkan bagaimana kegiatan mobilitas internasional dapat menjadi wadah pembelajaran bermakna yang relevan dengan perkembangan ilmu komunikasi kontemporer. Dalam konteks globalisasi dan lintas budaya, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi sebagai aktor aktif dalam proses komunikasi antarbudaya. Interaksi langsung yang terjadi dalam program ini memungkinkan mahasiswa mengalami kompleksitas budaya, memahami makna simbolik dari norma sosial, serta mengembangkan kompetensi etis dan reflektif dalam berkomunikasi.

Studi terbaru menekankan pentingnya *experiential intercultural learning* dalam membentuk pemahaman lintas budaya yang mendalam dan transformatif (Nguyen, 2022). Selain itu, penelitian oleh Yıldız dan Ünver (2021) menunjukkan bahwa partisipasi dalam program mobilitas internasional mampu meningkatkan kemampuan komunikasi lintas budaya, empati, dan kesadaran global mahasiswa, yang sangat relevan dengan pembentukan lulusan berdaya saing global.

Program ini juga mengaktualisasikan pendekatan pembelajaran berbasis capaian (*Outcome-Based Learning*) yang menjadi fokus kebijakan pendidikan tinggi nasional. Hasilnya tidak hanya dapat dilihat dari pengetahuan yang diperoleh, tetapi dari kemampuan mahasiswa dalam menerapkan keterampilan komunikasi dalam konteks nyata mulai dari diskusi akademik multibahasa, kerja kolaboratif, hingga kegiatan sosial dan budaya di tengah masyarakat lokal.

Lebih jauh, kegiatan ini juga memperkuat dimensi *deep learning*, yaitu pembelajaran yang melibatkan refleksi diri, pemaknaan pengalaman, dan keterhubungan antara teori dan praktik (Zhou & Pilcher, 2020). Mahasiswa tidak hanya memahami teori komunikasi antarbudaya (Gudykunst & Kim), tetapi menghidupkannya dalam pengalaman personal dan profesional yang berjangka panjang.

Dengan memperhatikan bahwa CPL Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma mencakup aspek sikap, pengetahuan, keterampilan umum, dan keterampilan khusus, maka DWI SUTRA menjadi contoh program holistik yang tidak hanya mendukung kebijakan nasional dan teori akademik, tetapi juga menghasilkan dampak nyata bagi transformasi mahasiswa sebagai komunikator global.

Program DWI SUTRA merupakan contoh nyata dari bagaimana pendidikan tinggi dapat mentransformasikan pembelajaran menjadi pengalaman hidup yang bermakna, transformatif, dan berdampak. Lebih dari sekadar kegiatan pertukaran mahasiswa, program ini menghadirkan ruang aktualisasi ilmu komunikasi dalam konteks global, di mana teori tidak hanya diajarkan, tetapi dihidupkan melalui pengalaman antarbudaya secara langsung.

Melalui pendekatan *experiential learning* dan *deep learning*, mahasiswa tidak hanya memahami konsep komunikasi antarbudaya, tetapi juga mengalami kompleksitas dan keindahan komunikasi lintas budaya secara utuh. Kegiatan seperti diskusi lintas negara, seni pertunjukan budaya, pengabdian kepada masyarakat, serta pelatihan keterampilan profesional menjadi media pembelajaran yang mendalam, yang memperkaya kognisi, afeksi, dan kesadaran sosial mahasiswa.

Secara akademik, program ini selaras dengan teori-teori utama ilmu komunikasi—seperti interaksionisme simbolik dan komunikasi lintas konteks—serta mendukung pencapaian Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma, baik dalam aspek sikap, pengetahuan, keterampilan umum, maupun keterampilan

khusus. Lebih jauh, DWISUTRA merepresentasikan semangat dari Permendikbudristek No. 53 Tahun 2023 dan visi Kampus Berdampak, yaitu mendorong pembelajaran yang berbasis capaian, relevan secara global, serta memberi kontribusi nyata terhadap pembangunan masyarakat dan penguatan soft power pendidikan Indonesia.

Dengan demikian, DWI SUTRA bukan hanya menjadi program mobilitas, tetapi praktik komunikasi global yang membentuk lulusan berdaya saing internasional, berwawasan multikultural, dan berkomitmen pada nilai-nilai kemanusiaan. Program ini layak dikembangkan lebih lanjut sebagai model internasionalisasi pendidikan tinggi berbasis kolaborasi, karakter, dan keberlanjutan.

Referensi

- Arba'i, A. H., & Nurdin, M. (2019). *Khat: A Cultural Visual Communication of Islamic-Malay Identity*. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 78–92
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*.
- Biggs, J., & Tang, C. (2007). *Teaching for Quality Learning at University* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (2014). *The Role of Service Learning in the Mission of the University*. In Clayton, P. H., Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (Eds.), *Research on Service Learning: Conceptual Frameworks and Assessment*. Stylus Publishing.
- Bowen, G. A. (2018). *Service Learning and Civic Engagement: Toward a Communicative Model of Social Responsibility*. *Journal of Communication Pedagogy*, 1(1), 12–24.
- Deardorff, D. K. (2015). *Manual for Developing Intercultural Competencies*. UNESCO Publishing.

- Direktorat Jenderal Dikti. (2022). *Panduan Kampus Merdeka: Kampus Berdampak*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Fullan, M., & Scott, G. (2009). *Turnaround Leadership for Higher Education*. Jossey-Bass.
- Frey, L. R., & Palmer, D. L. (2017). *Communication and Humanitarian Aid*. In Tracy, S. J. (Ed.), *International Encyclopedia of Organizational Communication*. Wiley-Blackwell.
- Griffin, E. (2020). *A First Look at Communication Theory* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (2003). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*.
- Gillis, H. L. (2020). *The Power of Presence: Why Being Fully Present Is a Form of Social Justice*. *Journal of Applied Communication Research*, 48(2), 142–160.
- Eime, R. M., Young, J. A., Harvey, J. T., Charity, M. J., & Payne, W. R. (2013). *A systematic review of the psychological and social benefits of participation in sport for adults: informing development of a conceptual model of health through sport*. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 10(1), 135.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kurniawan, A. (2020). *Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Fashion Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) Dalam Pemilihan Gubernur Jakarta*. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 216-233.
- Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2021). *Nonverbal Communication in Human Interaction* (9th ed.). Cengage Learning.

- Mezirow, J. (1991). *Transformative Dimensions of Adult Learning*. San Francisco: Jossey-Bass.
- McCornack, S. (2018). *Reflect and Relate: An Introduction to Interpersonal Communication* (5th ed.). Bedford/St. Martin's.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs
- Nguyen, L. T. (2022). *Experiential Intercultural Learning in Global Mobility Programs: A Systematic Review*. *Journal of International Education Research*, 18(1), 45–60.
- Nugroho, H., & Widodo, J. (2021). *Stigma Sosial terhadap Gelandangan: Perspektif Keadilan Sosial dan Komunikasi Kemanusiaan*. *Jurnal Sosiologi DIAlektika*, 6(2), 103–114.
- Permendikbudristek No. 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Rahmawati, N. M. (2020). *Fashion Sebagai Komunikasi: Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Fashion Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) Dalam Pemilihan Gubernur Jakarta*. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 4(1), 216-233
- Rai, S. M., & Waylen, G. (2016). *Feminist Political Economy: Looking Back, Looking Forward*. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 41(2), 279–301.
- Sani, R. A. (2020). *Traditional Tools and Techniques in Arabic Calligraphy Practice in Southeast Asia*. *Journal of Islamic Cultural Heritage*, 11(1), 33–48.
- Safi, O. (2021). *Beauty of the Word: The Spiritual and Artistic Dimensions of Islamic Calligraphy*. *Journal of Islamic Art Studies*, 7(2), 112–130.

- Sulaiman, S., & Rahim, R. A. (2019). *Communication Practices in Community-Based Tourism: Insights from Local Villages in Perak, Malaysia*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3), 325–336.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood*. Atria Books.
- UN-Habitat. (2020). *The State of Homelessness in Developing Countries*. United Nations Human Settlements Programme.
- Wardiani, S. R. (2019). *Muslimah's Clothing Brand, Identity, and Myths in Barthes Semiotik Study*. *El-Harakah: Jurnal Budaya Islam*, 21(1), 83-98
- Yıldız, S., & Ünver, M. (2021). *The Role of International Student Mobility in Enhancing Intercultural Communication Competence*. *Intercultural Education*, 32(3), 289–306.
- Yunus, A. S., & Yusof, S. A. M. (2020). *Community Engagement and Cultural Preservation in Rural Malaysia: A Case Study of Kampung Sayong*. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 12(2), 56–70.
- Zhou, J., & Pilcher, N. (2020). *Deep Learning in Intercultural Education: Reflections from a Short-term International Program*. *Teaching in Higher Education*, 25(6), 675–690.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- West, R., & Turner, L. H. (2019). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (6th ed.). SAGE Publications.

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Desy Misnawati.M.I.Kom lahir di Padang tanggal 08 Desember 1974. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Ilmu Komunikas Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunkasi, melanjutkan S2 pada Jurusan Magister Ilmu Komunkasi dan Doktor Ilmu Komunikasi bidang keahlian budaya dan media. Beberapa buku hasil karya penulis dengan judul Metode Penelitian Sosial, Psikologi Komunikasi, Etika Komunikasi, Etika Dan Komunikasi Efektif, Perencanaan Pariwisata, dan Strategi Bisnis Pariwisata, tulisan dibuat berdasarkan hasil pengalaman penelitian yang penulis lakukan. Selain itu juga penulis aktif dalam kegiatan pengembangan implementasi MBKM di Lingkungan LLDIKTI Wilayah II. Dengan penuh harapan, saya mengajak pembaca untuk menjelajahi ide-ide ini dengan pikiran terbuka, dan menerapkannya sebagai langkah pertama menuju perubahan yang lebih baik. Salam Literasi!.

INOVASI MITIGASI KOMUNIKASI BENCANA ALAM DI INDONESIA BERBASIS MEDIA SOSIAL DAN MASYARAKAT

Edy Prihantoro, Noviawan Rasyid Ohorella

Universitas Gunadarma

edipri@staff.gunadarma.ac.id, noviawanrasyid@gmail.com

Indonesia merupakan negara yang rentan akan bencana alam, salah satunya yaitu gempa bumi. Gempa bumi di Indonesia disebabkan adanya pertemuan 3 jalur lempeng tektonik yaitu Indo-Australia, Eurasia dan Pasifik. Gempa bumi disebabkan oleh tumbukan lempeng bumi, patahan aktif, aktifitas gunung yang menyebabkan getaran atau guncangan yang terjadi di permukaan bumi. Salah satu daerah di Indonesia yang mengalami bencana gempa bumi yaitu Cianjur Jawa Barat. Gempa Cianjur dengan magnitude 5,6 kedalaman 11 km terjadi pada tanggal 21 November 2022 dengan Episenter gempa berada pada koordinat 6. 84 LS – 107, 05. Tercatat 297 gempa susulan sampai 28 November dengan magnitudo M_{1,0} – M_{4,2}.

Undang-Undang No. 24 tahun 2007 mendefinisikan bencana alam, non alam dan sosial. Bencana alam merupakan bencana yang disebabkan oleh alam yang mengganggu dan mengancam kehidupan masyarakat. Dampak negative dari bencana alam sendiri seperti kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, psikologis dan korban jiwa. *United Nations International Strategy for Disaster Reduction* menyatakan Indonesia urutan ke 12 dari 35 negara yang risiko kematian tertinggi dunia untuk bencana (Tamitiadini (2019). et al., n.d.).

Melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri No 46 Tahun 2008 mengenai pedoman organisasi dan tata kerja BNPB (Ginting & Simamora, 2020). Penanggulangan bencana di Indonesia diserahkan pada pihak Badan Penanggulangan Bencana. Dalam salah satu misinya yaitu melindungi bangsa dari ancaman bencana dengan membangun budaya, pengurangan risiko bencana dan kesiapsiagaan dalam menghadapi bencana menjadi bagian yang terintergrasi dalam pembangunan nasional. Tugas BNPB yaitu memberikan pedoman dan pengarahan terhadap usaha penanggulangan bencana yang mencakup pencegahan bencana, penanganan keadaan darurat bencana, rehabilitasi dan rekonstruksi secara adil dan setara.

Mitigasi bencana yang dilakukan oleh BNPB diharuskan berkomunikasi dengan berbagai pihak. Cara terbaik dalam untuk mensukseskan mitigasi bencana, persiapan, respond dan pemulihan melalui komunikasi (Dharmawan & Dirgantara, 2021). Komunikasi berhubungan dengan mitigasi bencana karena perencanaan dan pengelolaan arus informasi dan komunikasi menentukan sebuah kredibilitas, kepercayaan, otoritas dan efektifitas mitigasi bencana (Yunia et al., 2020).

Efektifitas mitigasi bencana dilakukan dengan cara berkoordinasi berbagai pihak yang terkait. Koordinasi merupakan suatu proses pengintegrasian tujuan dan kegiatan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya secara efisien (Monica & R, 2022). Koordinasi merupakan suatu kegiatan untuk mengkoordinasikan semua tindakan organisasi dalam

mencapai gerakan cepat dan konteks transisi dari tujuan tertentu (Dahlanroso Lase, 2022).

Tahapan mitigasi kemudian menyinergikan antara strategi, teknologi, dan serangkaian tindakan yang bertujuan untuk mengurangi bahkan mencegah kerugian baik secara materi maupun korban jiwa. Tahapan berikutnya seperti penyampaian informasi, tindakan penanganan sampai tahapan tindakan pasca mitigasi bergantung pada informasi dan komunikasi yang baik (Ayu & Widyastuti, 2021).

Letak Indonesia secara geografis dan astronomis bagaikan pisau bermata dua, selain mendatangkan banyak keuntungan berupa keanekaragaman sumber daya alam, juga menjadikan wilayah Indonesia berada di kawasan rawan bencana. Gempa bumi sebagai salah satu bencana yang memiliki potensi korban jiwa yang tinggi berulang kali melanda Indonesia.

Mitigasi bencana, koordinasi dan literasi sangat penting untuk bangkit dari bencana alam tersebut. Untuk mempercepat dan mengantisipasi jika terjadi musibah serupa, diperlukan sebuah inovasi model komunikasi mitigasi bencana yang berbasis pada masyarakat dan media sosial.

Komunikasi Bencana

Salah satu aspek terpenting dalam bencana adalah komunikasi. Komunikasi bencana merupakan kebutuhan untuk mengurangi ketidakpastian, supaya dapat bertindak secara efektif dalam berinteraksi secara individual maupun kelompok. Komunikasi yang tepat dapat ditunjang dengan informasi yang akurat, sebagaimana informasi yang akurat memiliki peran yang sangat vital dalam upaya penanganan bencana yang melibatkan lembaga swasta dan masyarakat. Komunikasi bencana adalah kajian tentang bagaimana informasi bencana dikomunikasikan dengan merancang koordinasi komunikasi antar kelompok, kegiatan kemanusiaan dan lembaga penanggulangan bencana agar berjalan optimal (Anwar. 2023).

Dalam komunikasi bencana terdapat macam-macam pesan informasi mengenai bencana kepada pemerintah, media dan masyarakat yang mengurangi resiko bencana dan korban jiwa. Komunikasi bencana berfungsi untuk menyamakan pendapat, arus informasi, tata kelola informasi serta mengendalikan informasi tersebut. Arus informasi yang ada terhadap masyarakat atau pihak-pihak diluar lokasi bencana dengan menyalurkan informasi melalui media. Pada pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi saat terjadi dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi, untuk melakukan penyelamatan dengan cara membentuk pusat informasi (Suprayitno Abdi, Nugraha Adi, 2021).

Komunikasi bencana dalam media memiliki pengertian tahapan mengenai bagaimana mengatur media atau saluran komunikasi sebagai salah satu komponen penting dalam penanganan bencana yang memiliki peran besar bagi setiap pemangku kepentingan. Diantara Tujuan komunikasi bencana adalah untuk meminimalisir resiko bencana khususnya gempa bumi.

Gempa Bumi

Bencana merupakan suatu rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan oleh faktor alam dan non alam. Sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwamanusia, kerusakan lingkungan, kerugiab harta bendan dan dampak prikologis. Salah satu bencana alam yaitu gempa bumi atau getarakan di permukaan bumi yang disebabkan oleh tumbukan antar lempeng bumi, patahan aktif, aktivitas gunung api atau runtuhuan batuan (Suradi dkk., 2021).

Getaran atau guncangan yang terjadi dipermukaan bumi akibat dari aktivitas pergerakan lempeng yang dapat menimbulkan pelepasan energy dari dalam bumi secara tiba-tiba. Sehingga menciptakan gelombang seismik. Gempa bumi

dapat diukur dengan menggunakan alat seismometer atau yang lebih dikenal dengan Seismograf. Adapaun skala yang umum digunakan untuk mengukur besarnya kekuatan gempa bumi yaitu *moment magnitude scale*. Kondisi gempa bumi menimbulkan korban individu atau masal, maka pentingnya mitigasi bencana segera mungkin (Ruyani, 2023).

Mitigasi Bencana

Untuk menghadapi bencana dan penyelamatan diperlukan penilaian dan analisis risiko bencana. Penilaian dan analisis risiko bencana menjadi acuan dalam merumuskan tindakan prioritas pengurangan resiko bencana atau mitigasi. Mitigasi bencana merupakan serangkaian upaya untuk mengurangi resiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana Upaya ini perlu dilakukan secara komprehensif yaitu dengan melibatkan struktur dan non struktur (Putri & Hamzah, 2021).

Upaya yang dilakukan dalam mitigasi bencana yaitu pengenalan dan pemantauan resiko bencana, merencanakan partisipasi penanggulangan bencana, memberikan kesadaran bencana pada masyarakat, melakukan upaya fisik, nonfisik dan mengatur penanggulangan bencana, mengidentifikasi dan pengenalan sumber ancaman bencana, memantau penggunaan teknologi tinggi, mengawasi pelaksanaan tata ruang dan pengelolaan hidup dan kegiatan mitigasi lainnya (Sopacua & Salakay, 2020).

Upaya mitigasi bencana bertujuan mengurangi dampak yang ditimbulkan oleh bencana, terutama yang berpotensi merugikan masyarakat secara signifikan, memberikan landasan yang kokoh dan pedoman yang jelas dalam perencanaan pembangunan, dan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai cara menghadapi serta mengurangi dampak dan resiko bencana. Mengurangi dampak dan resiko bencana dapat dilakukan dengan berkoordinasi secara kolektif

oleh semua stakeholder baik internal dan eksternal (Nur, 2023).

Koordinasi

Koordinasi adalah mensinkronisasi kecakapan yang teratur dari usaha-usaha individu yang berhubungan dengan jumlah, waktu dan tujuan mereka, sehingga dapat diambil tindakan yang serempak menuju sasaran yang telah ditetapkan. Fungsi koordinasi yaitu menyatukan gerak dan langkah secara terarah untuk mencapai tujuan organisasi (Henri, 2022).

Tujuan yang akan dicapai dalam penanganan bencana tidak dapat dilakukan sendiri, maka koordinasi sangat penting dalam kondisi darurat, mitigasi maupun kesiapsiagaan. Jadi perlu adanya kerjasama berbagai pihak dalam tanggap bencana dan penanggulangan bencana (Muktaf & Santoso, n.d.). Dalam penanggulangan bencana diperlukan sebuah koordinasi berbasis sumber daya publik yaitu adanya saling kerja sama antar lembaga atau instansi pemerintah, akademisi serta masyarakat sesuai peran dan tugas masing-masing (Taslim & Akbar, 2019). Kerjasama berbagai pihak yang bersangkutan memiliki sebuah literasi yang baik dalam penanggulangan bencana.

Literasi

Literasi penanggulangan bencana bagi masyarakat, komunitas lokal dan relawan harus memberikan pengetahuan untuk dipelajari dalam penanggulangan bencana dan mitigasi. Literasi penanggulan bencana harus memiliki keterampilan yang diperlukan dalam tanggap bencana yang efektif dan kemampuan dan sikap dasar dalam menghadapi bencana (Kimura et al., 2017). Kerangka konseptual literasi pencegahan bencana dan dimensi literasi bencana yaitu:

1. Dimensi pengetahuan pengurangan bencana: pengetahuan bencana, pengetahuan kesiapsiagaan, pengetahuan respon.
2. Dimensi sikap pengurangan bencana: Sensitivitas pencegahan bencana, nilai terkait pencegahan bencana, rasa tanggung jawab untuk pencegahan bencana.
3. Keterampilan pencegahan bencana: tindakan kesiapsiagaan dan respon perilaku (Prihantini & Rahmayanti, 2020).

Literasi terkait dengan mitigasi bencana perlu dilakukan untuk membuat masyarakat memahami apa yang perlu disiapkan dan dilakukan sebelum dan ketika bencana alam terjadi. Melalui literasi tanggap bencana, diharapkan masyarakat lebih siaga dan tanggap terhadap bencana alam dengan menggunakan digital (Anam et al., 2020).

Literasi Digital

Globalisasi merupakan pengaruh besar dalam kemajuan teknologi yang lebih baru yang menitikberatkan pada pemanfaatan teknologi digital. Proses digitalisasi merupakan proses radikal yang terjadi dalam sebuah organisasi untuk memanfaatkan teknologi, sumber daya alam dan proses bisnis yang menyebabkan performa organisasi tersebut berubah impresif (Hadiono & Noor Santi, 2020).

Era digital merupakan suatu masa yang mengalami perkembangan dalam segala aspek kehidupan. Jadi semua kegiatan yang mendukung kehidupan sudah dipermudah dengan adanya teknologi. Teknologi inilah yang menggantikan teknologi lama untuk jauh lebih praktis dan modern. Perkembangan teknologi digital dapat menimbulkan hal yang positif dan negative. Maka masyarakat diharapkan dapat memahami mengenai literasi digital untuk menghindari dan meminimalisir dampak negative tersebut (Satira & Hidriani, 2021).

Literasi digital adalah *the ability to find, evaluate, utilize, share, and create content using information technologies and*

the internet. Literasi digital menitikberatkan pada upaya mengintegrasikan kemampuan menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membagikan serta membuat sebuah konten dengan menggunakan teknologi dan internet, sehingga literasi digital tidak hanya sebatas penguasaan teknologi computer dan keterampilan penggunaan internet yang menjadikan manusia sebagai sosok robotic belaka tetapi dapat memadupadankan antara literasi dan digital (Anggraeni et al., 2019).

Terdapat empat landasan utama dalam membangun komunikasi bencana dan memberikan informasi yang efektif menurut Haddow yaitu:

1. *Audience Focus*: memahami informasi apa yang dibutuhkan oleh khalayak dalam hal ini masyarakat dan relawan. Harus membangun mekanisme komunikasi yang menjamin informasi yang disampaikan dengan tepat dan akurat. Bentuk informasi yang diberikan dapat berupa penanganan ancaman bahaya timbul, tingkat kemungkinan terjadinya bencana serta seberapa besar skalanya, serta dampak dari bencana tersebut.
2. Ada beberapa khalayak yang harus dijangkau agar berhasil berkomunikasi dalam empat fase mitigasi yaitu kesiapsiagaan, respon, dan pemulihan manajemen darurat. Audiens manajemen darurat mencakup masyarakat umum, korban bencana, komunitas bisnis, media, pejabat, pejabat masyarakat, respondend pertama dan komunitas atau volunter
3. *Leadership Commitment*: pemimpin yang berperan dalam tanggap darurat harus memiliki komitmen untuk melakukan komunikasi efektif dan terlibat aktif dalam proses komunikasi (Martini M, Suwaryo W, 2021).
4. *Situational Awareness*: Komunikasi yang efektif didasari pada pengumpulan data, analisis dan proses diseminasi (Iqbal et al., n.d.). Fase ini merupakan fase untuk mengetahui cara mendapatkan dan menyebarkan data secara transparan dan akuntabel (Rakhman & Prihantoro, 2021).
5. *Media*: Diantara media yang memiliki peran penting dalam penyampaian informasi kepada masyarakat luas adalah

media massa dan media online. Media sosial merupakan media digital yang memberikan fasilitas untuk saling berinteraksi, membagikan konten berupa foto, video maupun tulisan kepada penggunanya. Komunikasi untuk kesiapsiagaan bencana adalah komunikasi untuk mencegah bencana. Melalui komunikasi, pihak berwenang dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang persiapan dan menawarkan solusi untuk bencana (Hilmy Aziz, 2023).

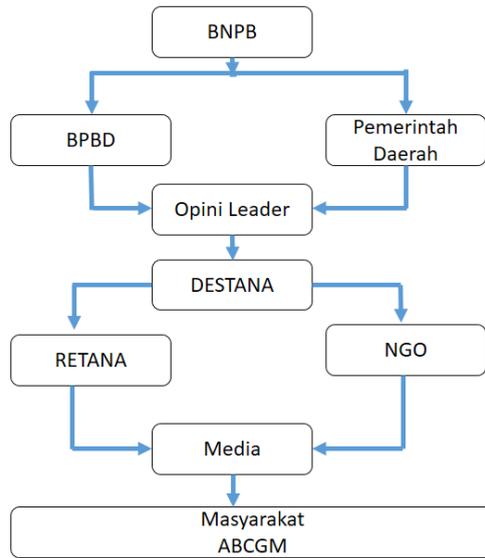
Inovasi Model Komunikasi

Inovasi model komunikasi dalam mitigasi bencana alam di Indonesia sangat diperlukan, mengingat Indonesia merupakan negara yang rentan terhadap bencana alam. Salah satunya adalah Kabupaten Cianjur Jawa Barat, yang dilanda gempa bumi dengan kekuatan gempa 5.6 M dengan kedalaman 10 km, pada tanggal 21 bulan November 2023. Getaran gempa bumi kabupaten Cianjur dirasakan diberbagai wilayah seperti kota Bandung, DKI Jakarta sampai provinsi Lampung. Badan Penanggulangan Bencana BNPBD dan Badan Penanggulangan Bencana Daerah mencatat jumlah korban jiwa yang meninggal sebanyak 327 jiwa, 100.330 jiwa yang tersebar di 449 titik pengungsian. Adapun keruakan infastruktur 22. 786 dan kerusakan bangunan lainnya, terdapat 471 sekolah rusak, 170 rumah ibadah, 14 fasilitas kesehatan, 17 gedung perkantoran.

Fenomena gempa di Cianjur dikarenakan pergerakan Sesar Cimandiri, yakni sesar atau patahan kapur yang membentang dari Teluk Pelabuhan Ratu, Sukabumi sampai kearah timur kabupaten Subang. Lokasi kerusakan yang paling parah yaitu kecamatan Cugenang. Adapun model inovasi dalam penelitian mengenai mitigasi bencana di Kabupaten Cianjur.

“A model is a statement, a diagram, an equation or other abstraction that takes selected element and links them to each other. The elements included in any model depend on its purpose. A model simplifies reality by eliminating irrelevant details” (Sebuah model adalah sebuah pernyataan, sebuah diagram, sebuah persamaan atau abstraksi lain yang

mengambil unsur terpilih dan menghubungkan mereka satu sama lain. Unsur-unsur itu termasuk dalam model apapun tentang tergantung tujuannya. Sebuah model menyederhanakan realita dengan mengeliminasi detail-detail yang tidak relevan (Sipahutar, 2021).



Gambar 1. Inovasi Model Komunikasi Bencana di Cianjur Jawa Barat

Gambar 1 juga terlihat bagaimana efektifnya peran media dalam mempercepat informasi yang disampaikan kepada masyarakat di wilayah peristiwa bencana maupun kepada masyarakat secara umum. Oleh karena itu, dalam mendukung pemanfaatan media secara umum, dalam penanganan bencana di Cianjur terdapat penambahan dalam divisi relawan.

Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) merupakan lembaga yang memiliki otoritas tertinggi dan tanggung jawab terbesar dalam penanggulangan bencana di Indonesia. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, khususnya penanggulangan bencana, BNPB memiliki satuan yang

bertugas di daerah-daerah yang kemudian disebut sebagai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD). Selain memberikan komando kepada BPBD di daerah-daerah, BNPB juga memberikan komando kepada pemerintah daerah untuk berkoordinasi dengan BPBD setempat dalam penanggulangan bencana dan meneruskan segala informasi terkait upaya tersebut kepada *opinion leader*.

Opinion leader adalah beberapa orang yang memiliki pengaruh, dan kemudian dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat di sekitarnya. Informasi yang didapat opini leader ini kemudian diteruskan kepada unit yang dibentuk BPBD di desa-desa yang disebut DESTANA. Dalam DESTANA terdiri dari banyak relawan-relawan yang sebelumnya sudah dibina dan diberikan edukasi oleh BPBD untuk kemudian menyampaikan informasi penanggulangan bencana kepada masyarakat.

Masyarakat sebagai objek yang paling dilindungi dalam penanggulangan bencana juga memiliki peran dalam penanggulangan bencana. Selain dengan membekali diri dengan edukasi-edukasi mengenai penanggulangan bencana, masyarakat juga bisa menjadi bagian dari program BPBD dengan menjadi RETANA. Lebih lanjut, bukan hanya dapat berpartisipasi sebagai RETANA.

Mitigasi Bencana

Mitigasi bencana adalah rangkaian upaya dalam mengurangi resiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dalam meningkatkan kemampuan menghadapi ancaman bencana. Kegiatan mitigasi bencana adalah sebuah kegiatan yang dijalankan dalam bentuk pendidikan, penyuluhan dan pelatihan yang tertulis dan lisan. Diperjelas dalam wawancara sebagai berikut.

“Pada saat itu ketika terjadinya bencana langsung, ada intruksi dari kabupaten, jadi bahwa semua karyawan BPBD ke lapangan untuk mengevakuasi korban, pada saat terjadinya bencana. Setelah dilokasi kami mendirikan posko-posko.”

Bapak Wawan mengungkapkan BPBD Cianjur ketika terjadinya bencana mendapatkan instruksi dari kabupaten dan seluruh karyawan BPBD Cianjur langsung ke lapangan untuk mengevakuasi korban.

“Ya itu tugasnya BPBD yang utama adalah mengevakuasi korban ketika terjadi bencana tetapi tugasnya banyak yaitu sosialisasi kepada masyarakat ketika pra bencana dan setelah bencana BPBD melakukan rekontuksi pada bangunan yang terdampak”

Bapak Nur Jamil juga mengungkapkan tugas utama BPBD Cianjur ketika terjadi bencana yaitu mengevakuasi korban.

“Selain melapor kepada BPBD, kegiatan yang temen-temen relawan lakukan sebenarnya banyak. Selain mitigasi bencana, sosialisasi, tentu banyak sekali yang bisa temen-temen jalankan. Aktivitas yang bisa kita lakukan, beberapa temen-temen senam bersama di pagi hari bersama ibu-ibu atau dengan anak-anak, kita membuat dapur nutrisi yang mana menjadi sebuah hal yang penting juga karena disela-sela kesibukan masyarakat yang berada di tenda tentu mereka juga perlu gizi yang mencukupi dan kita membuat semacam jus atau membuat semacam kedai dan lain sebagainya. Terus selain itu juga kita juga membuat kegiatan psikososial yang isinya mungkin lebih ke mengedukasi anak-anak terus kemudian membangkitkan semangat mereka, memberikan sebuah afirmasi dan semacam ice breaking dan lain sebagainya.”

Kegiatan relawan ketika mitigasi bencana selain sosialisasi yaitu melakukan kegiatan senam pagi, membuat dapur nutrisi karena masyarakat pun harus mendapatkan gizi yang cukup. Relawan juga membuat kegiatan psikososial yang isinya mengedukasi anak-anak dan membangkitkan semangat mereka seperti memberikan afirmasi, *ice breaking* dan lain sebagainya.

“Tatkala terjadi bencana gempa bumi tentu yang dilakukan RETANA yang pertama adalah melaporkan, laporan awal ke BPBD bahwa terjadi bencana. Itu adalah laporan awal, kita sebut bukan laporan sementara bukan laporan akhir, bukan fix tapi laporan awal. Maka apabila sudah ada tugas dari BPBD melalui call center BPBD langsung di cek oleh tim RETANA. Maka tim RETANA mengecek kemudian kita namakan assesment lokasi. Assesment lapangan, maka disana RETANA melakukan penanganan dan assesment kondisi lapangan seperti apa, kemudian kebutuhannya apa, serta ke-marin yang terbaru saja terjadi bencana longsor di Pagelaran, membutuhkan alat berat maka dialokasikan BPBD. BPBD tidak mempunyai alat berat maka BPBD mengkoordinasikan kepada Dinas lain, dinas PUPR misalnya. Itu yang kita lakukan, setidaknya ada respon cepat dari pihak pemerintah melalui RETANA.”

RETANA yang pertama kali dilakukan yaitu dengan melaporkannya ke BPBD Cianjur bahwa telah terjadi bencana. Itu merupakan laporan awal bukan laporan sementara ataupun akhir, lalu RETANA assesment ke lokasi, mencatat kondisi lapangan, kebutuhannya dan mengkoordinasikan kepada dinas lain. Jadi mitigasi ketika terjadinya bencana RETANA melaporkan kepada BPBD dan melakukan assesment sedangkan tim BPBD Cianjur menuju ke lokasi serta mengevakuasi korban.

“Ada, kalau konsep mitigasi hanya ada 2 di undang-undangnya yaitu struktural dan non structural. Pemindaan pemindahan kapasitas, itupun belum belum tergarap semua dan hanya 15% model tersebut diterapkan, banyak yang belum begitu paham mengenai Desatana ”

Menurut Bapak Wawan konsep mitigasi hanya ada 2 di undang-undang yaitu struktural dan non struktural. Pemindahan kapasitas BPBD belum tergarap semua dan hanya 15% model tersebut diterapkan karena banyak yang belum paham mengenai DESTANA.

Komunikasi Bencana

Dalam penanganan bencana, salah satu langkah yang dilakukan BPBD Cianjur dalam mitigasi bencana. Elemen yang penting untuk mengurangi ketidakpastian sekaligus meningkatkan efektifitas tindakan yang diambil adalah komunikasi. Dalam komunikasi bencana dibutuhkan informasi yang akurat kepada masyarakat dan lembaga swasta yang mempunyai kepedulian terhadap mitigasi bencana, persiapan, respond dan pemulihan situasi saat bencana.

Jadi komunikasi bencana yang efektif adalah komunikasi yang dilakukan tidak hanya saat tanggap darurat, tetapi juga kesiapsiagaan saat pra bencana, ketika bencana dan pasca bencana atau ketika perbaikan dan rekontruksi (Syahara et al., 2021). Melalui komunikasi bencana yang diperjelas dalam wawancara sebagai berikut.

“Komunikasi yang efektif harus dikuatkan pengetahuan dan kapasitas masyarakatnya termasuk EWS, peringatan dini, terus sosialisasi pembinaan dan edukasinya harus lebih di tingkatkan lagi. Selama ini kita, komunikasi menggunakan call center, tapi belum semua masyarakat belum mengenal call center BPBD, maka kita tengah dengan membentuk manusia, dibentuk Relawan setiap desa, atau Relawan Tangguh Bencana atau RETANA. Ikhtiar kita sudah itu, salah satunya adalah komunikasi tentang kebencanaan dengan para RETANA itu salah satunya.”

Bapak Wawan melalui komunikasi bencana menjadi efektif harus dikuatkan pengetahuannya kapasitas masyarakatnya seperti EWS peringatan dini, sosialisasi dan edukasi masyarakatnya harus ditingkatkan lagi. Komunikasi bencana BPBD menggunakan *call center*, tetapi belum masyarakat mengenal *call center* maka BPBD menengahi untuk membentuk RETANA yang tugasnya untuk mengkomunikasikan tentang kebencanaan.

“Komunikasi kepada masyarakat harus punya dokumen perencanaan, yang diSK kan oleh Bupati. Terdapat dokumen KRB (Kajian Resiko Bencana)

yang kedua adalah RPBD (Rencana Penanggulangan Bencana Daerah). Jika RPB (Rencana Penanggulangan Bencana Nasional). Rencana Konsigensi bagaimana menghadapi gempa bumi, banjir, dan 10 bencana lainnya. Jika terdapat dokumen tersebut dikomunikasi kepada masyarakat atau disampaikan kepada mereka. Sehingga menghadapi bencana bisa mengetahui apa saja yang harus dilakukan. Yang kedua yaitu mengkomunikasikan kepada masyarakat agar kapasitas masyarakat meningkat. Yang ketiga yaitu ketika komunikasi melalui EWS (Early Warning Sistem) atau alat peringatan dini tetapi BPBD Cianjur masih lemah dalam tiga hal tersebut”

Jadi menurut Bapak Nur Jamil komunikasi bencana yang efektif harus mempunyai dokumen perencanaan yang telah di SK-kan oleh Bupati. Terdapat dokumen Kajian Resiko Bencana dan RPBD (Rencana Penanggulangan Bencana Daerah). Seluruh dokumen tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat dalam menanggapi bencana tidak seperti ini. Yang kedua komunikasi kepada masyarakat meningkatkan kapasitas sebenarnya dapat menggunakan EWS atau alat peringatan dini.

“Perlu adanya komunikasi atau mungkin sosialisasi kepada masyarakat. Dari sosialisasi tersebut kita membuat semacam mitigasi bencana, yang nantinya bisa bermanfaat bagi masyarakat memang daerah tersebut menjadi sebuah daerah yang rawan akan terjadinya bencana. Teruskita membuat semacam mitigasi bencana, seperti tas siaga bencana yang aman mana tas ini sudah dipersiapkan sama warga, yang ketika nanti terjadinya bencana. Mereka nanti bisa mengambil tas tersebut, yang mana isinya berupa semacam makanan ringan, pakaian, senter, peluit dan lain sebagainya. Yang ini berguna bagi masyarakat ketika terjadinya bencana atau mungkin dalam keadaan darurat. Seperti itu, dan mungkin banyak hal lainnya, mungkin kita bisa mensosialisasikan seperti, semacam pengenalan-pengenalan tentang gimna caranya warga bisa bisa menghindari atau mungkin setidaknya bisa meminimalisir dari terjadi suatu bencana tersebut”

Relawan mengkomunikasikan dengan cara mensosialisasikan kepada masyarakat yang nantinya akan bermanfaat bagi daerah yang rawan akan bencana. Membuat semacam mitigasi bencana seperti tas siaga, isi tas tersebut serupa makanan ringan, pakaian, senter dan peluit dan lain sebagainya. Tas tersebut berguna ketika terjadinya bencana atau keadaan darurat untuk menghindari atau meminimalisir dari kejadian suatu bencana. Sosialisasi Relawan kepada masyarakat, menurut penanggung jawab RETANA sangat mudah dilakukan.

“Untuk komunikasi karena retana itu dibentuk atas dasar kepentingan masyarakat dalam penanggulangan bencana sangat tidak sulit. Kenapa? Karena RETANA yang 5 orang tersebut adalah mewakili keRWan yah, mewakili wilayah-wilayah itu. Jadi, bahkan sebagian RETANA juga adalah tokoh masyarakat ada juga dari keRTan, RETANA itu. Jadi sangat tidak sulit untuk berkoordinasi, untuk berkomunikasi dengan warga dan masyarakat.”

Robi sebagai penanggung jawab RETANA sosialisasi, berkoordinasi dan berkomunikasi kepada masyarakat itu mudah karena dibentuk atas dasar kepentingan masyarakat dalam penanggulangan bencana. Selain itu, karena anggota RETANA merupakan tokoh masyarakat yang mewakili RW, RT dan wilayah tersebut.

Koordinasi

Koordinasi merupakan kunci sukses dalam penanggulangan bencana yang bersifat multisektoral, multistakholder dan multibahaya. Penanggulangan bencana dan koordinasi harus mempersiapkan kerangka yang baik pada fase sebelum dan sesudah bencana bukan hanya kedaruratan saja. Tujuannya memastikan penanganan dan respon yang tepat dalam penanggulangan bencana. Adapun BPBD berkoordinasi dari atas hingga ke bawah.

“Pada saat itu kita koordinasinya dengan kepala desa, Bagi masyarakat yang terdampak terus paling RETANA relawan-relawan ada juga dari PMI dan sama Kapolsek juga ada.”

Bapak Wawan berkordinasi dengan kepala desa, PMI, Kapolsek, RETANA dan Bagimas dalam pennagulangan bencana. Bapak Nurjamil menyatakan koordinasi ke atas dan 6 perangkat daerah lainnya.

“BPBD itu koordinasi ke atas, ke provinsi, semua BPBD dan perangkat daerah yaitu BPBD. 6 Perangkat daerah khususnya di Cianjur.”

Menurut Bapak Nurjamil berkoordinasi ke atas yaitu ke Provinsi, perangkat daerah dan anggota BPBD.

“Kordinasi ketika bencana tentu, kalau misalkan pasca bencana eeee kita biasanya koordinasi dengan tim lapangan yang ada disana. Kita biasanya mencari data2, data assement data kebutuhan kita. Koordinasi ini biasanya sudah banyak, ada beberapa lembaga terus kemudian ada beberapa koordinasi lapangan. Dan untuk informasi terpusat, biasanya disana sdh ada koordinasi lapangan, kemudian mungkin di beberapa tenda- tendaupun juga biasanya ada koordinasi masing-masing, biasanya kalau kita mau assemnet pendataan dan sebagainya kita biasanya koordinasi dengan mereka termasuk lembaga-lembaga seperti BPBD daerah dan sebagainya.”

Relawan berkoordinasi pasca bencana dengan tim yang ada dilapangan untuk mendapatkan data dan assessment dan lembaga seperti BPBD dan lainnya.

“Koordinasinya langsung ke pimpinannya, jadi RETANA tingkat desa, sebelum ke BPBD itu melaporkan ketingkat kecamatan, RETANA tingkat kecamatan kepada RETANA tingkat kabupaten, baru dikoordinasikan kepada BPBD. Jadi hierarkinya ada RETANA tingkat desa, kecamatan dan kabupaten.”

Robi mengungkapkan bahwa RETANA berkoordinasi dengan BPBD dengan hierarki dari tingkat desa, kecamatan, kabupaten. Dengan adanya penanggulangan yang baik dan terkoordinasi. Maka akan jelas jika sector yang terlibat dan proses mekanismenya. Tetapi dalam Penanggulangan bencana oleh BPBD Cianjur terdapat kendala salah satunya mengenai SOP.

Jadi BPBD berkoordinasi dengan berkoordinasi ke atas yaitu ke Provinsi, perangkat daerah dan anggota BPBD.kepala desa, PMI, Kapolsek, RETANA. RETANA bertugas mencari data ditingkat desa, kecamatan, kabupaten dan berkoordinasi dengan BPBD.

Literasi Digital

Literasi bencana merupakan bentuk penanggulangan bencana dalam rangka penyadaran masyarakat mengenai pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai bencana di sekitarnya (Pratiwi et al., 2022). Literasi ataupun pemahaman terhadap suatu hal yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang seperti memiliki wawasan yang luas dikaitkan dengan teknis atau non-teknis.

Untuk memberikan interpretasi dalam menciptakan ide dengan implikasi keberhasilan implikasi bencana. Literasi pascabencana berimplikasi pada kegiatan praktis yang umumnya bermanfaat bagi masyarakat. Ditunjukkan melalui penggunaan media berbasis teks dan akses ke berbagai jenis informasi dan media.

“Ya selain Call Center dan RETANA, NGO-NGO juga berperan penting. Contoh, NGO save children juga mengadakan rencana di Ciwalen, terus nanti, tanggal 4,5,6,7 juli rencana di Siwalen save Children, tapi masyarakatpun hanya 1 kampung yang membiayai dari NGO sosialialisasi, simulasi, di Bangun Jaya pesertanya ada 200 orang. Dia yang menentukan masyarakatnya, kita instruktur diminta, maka hal-hal seperti itu kalau memang ada NGO yang betul-betul seperti ini, setiap desa. Waah itu bagus, berapa tahun kita mengenalkan pada masyarakat.”

Bapak Wawan menyatakan, selain Call center dan RETANA, NGO juga dapat berperan penting dalam sosialisasi dan simulasi. NGO tersebut menentukan masyarakatnya sedangkan BPBD akan menjadi instrukturinya. Ini merupakan suatu hal bagus dalam pengenalan kepada masyarakat.

“Jika mitigasi yang tadi itu, non struktural, ada sosialisasi, ada simulasi, kita ini masih minim, tentang simulasinya. Masih minim, baru sekarangpun, sedang digalahkan ini sosialisasi, simulasi, yang kalau masyarakat luas, sulit untuk mengumpulkan, kecuali NGO yang berinisiatif yang sekarang punya program di Bangun Jaya, di Bangun Jaya, kalau di wadah SD itu kita, SMP itu gampang kita mengunjungi, untuk mengadakan sosialisasi. Untuk sekarang, sudah berjalan, sudah terjadi dan sedang berjalan.”

Bapak Nurjamil mengungkapkan bahwa mitigasi bencana BPBD masih minim dalam non structural yaitu terdapat sosialisasi, simulasi karena sulitnya mengumpulkan masyarakat. Kecuali terdapat NGO yang berinisiatif dalam mengadakan sosialisasi.

“Ketika terjadinya bencana, informasi harus cepat diberikan dari Pemerintah Pusat maupun Daerah dengan tepat waktu sehingga meminimalisir peredaran berita bohong atau hoaks. Pernyataan dari pemerintah harus dilakukan secara berkelanjutan dan selalu diperbaharui dengan cepat, karena kecepatan dalam penyampaian informasi akan menjadi penting dalam penanganan bencana. Ada banyak hal, seperti komunikasi dua arah, koordinasi dengan stakeholder setempat, atau menggunakan media sosial dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas.”

Menurut relawan informasi harus cepat diberikan kepada pemerintah pusat dan daerah sehingga meminimalisir terjadinya hoaks. Sedangkan pernyataan dari pemerintah haru segera diperbarui. Beberapa komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi dua arah, koordinasi dengan stackholder

setempat dan menggunakan media sosial agar menjangkau masyarakat yang lebih luas.

“Menyebarkan informasi ini yaitu dengan cara RETANA yang datang. Kalau untuk kumpul akan memunculkan biaya lagi yang jadi anggaran lagi. Jadi RETANA itu tentu kita tugaskan paling tidak dalam 1 bulan RETANA itu, mendatangi 10 orang warga, paling tidak. Mendatangi berapa rumah, mendatangi ee tidak rumah misalkan, ada kumpulan di pos ronda, ada kumpulan di tetangga gikan, dia sambil mensosialisasikan. Mensosialisasikannya juga tidak, memerlukan waktu yang lama, setengah jam sampai 1 jam.”

Robi menyatakan untuk RETANA menyebarkan informasi dengan cara mendatangi warga ketika kegiatan ber-kumpul, seperti kumpul pos ronda dan lain sebagainya untuk sosialisasi. RETANA paling tidak dalam kurun waktu 1 bulan mendatangi 10 orang. Jadi BPBD menyebarkan informasi melalui call center, RETANA dan NGO. RETANA sendiri menyebarkan informasi dengan RETANA yang datang dan informasi yang didapat RETANA harus cepat diberikan dari Pemerintah Pusat maupun Daerah dengan tepat waktu sehingga meminimalisir peredaran berita bohong atau *hoaks*.

Teori Komunikasi Bencana Haddow

Audience Focus

Audience focus merupakan memahami informasi yang masyarakat butuhkan dengan membangun mekanisme komunikasi yang menghasilkan informasi secara akurat dan tepat waktu (Wildani, n.d.).

“Kita ada Destana, kita memperkenalkan, ketika kita membentuk SPAB baru dikenalkan, bapak-bapak, ibu, ini ada Inaris seperti ini dan itu. Untuk keseluruhan masyarakat Inaris belum dikenal oleh masyarakat umum kata pemerintah juga menyampaikan itu. Jadi itu, untuk menyampaikan informasi bencana dari situ.”

Bapak Wawan mengemukakan bahwa informasi yang disampaikan melalui DESTANA dengan membentuk SPAB untuk mengenalkan aplikasi Inaris kepada masyarakat.

“Informasi kebencanaan di Cianjur itu yaitu dokumen-dokumen, RETANA dan yang ketiga yang lainnya yaa. Sebetulnya kita membentuk RETANA sih itu juga sama komunikasikan. 132 desa sudah dibentuk RETANA dan Destana desa tangguh bencana setiap desa.”

Bapak Nurjamil menyampaikan informasi kebencanaan melalui dokumen, RETANA, dan DESTANA kepada masyarakat.

“Kalau informasinya tentu kan kita ada sosialisasi secara khusus, kalau untuk gempa sendiri mungkin ada semacam sosiliasi serupa seperti SPAB. Jadi SPAB semacam sosialisasi, aman bencana dimana ke toka terjadinya suatu bencana atau gempa bumi, kita sudah siap dengan bencana tersebut. Kita sudah mulai mempersiapkan mulai dari, gimana caranya kita keluar dari ruangan, gimna caranya kita menghindari dari barang-barang reruntuhan dan sebagainya. Termasuk juga tas siaga bencana yang akan nntinya menjadi barang darurat. Jika teman-teman pasca bencana tersebut atau saat bencana.”

Menurut Relawan menginformasikan dengan cara sosialisasi bencana seperti di SPAB. Dimana jika terjadinya suatu bencana kita sudah siap dengan bencana tersebut mulai dari mempersiapkan diri, bagaimana kita keluar dari ruangan dan cara menghindari reruntuhan dan sebagainya.

“RETANA itu setiap sekarang itu karena ada intensif 100K perbulan. Maka, perlu pertanggung jawaban ada bencana maupun tidak ada bencana wajib melakukan kegiatan, kegiatannya apa? Minimal mensosialisasikan kebencanaan melalui apa, melalui aplikasi INARIS personal. Misalnya, anda berada disini, dengan aplikasi INARIS personal disini itu ada bencana apa saja nanti bisa di cek. Tempat berdiri anda nanti, misal di Depok itu bencana apa yang paling rawan dan resikonya apa bencana disekitar kita. Gempa bumi kelas tinggi misal, jadi tidak begitu

rawan, banjir tidak ada tapi mungkin kita berdirinya di pinggir pantai nanti akan muncul dengan aplikasi jadi menyesuaikan. Jadi dengan gps juga. Jadi RETANA untuk sekarang lebih mensosialisasikan ke INARIS personal.”

Menurut Robi RETANA bertanggung jawab dalam mensosialisasikan ketika ada bencana maupun tidak ada bencana karena mendapatkan intensif Rp. 100.00-, Minimal mensosialisasikan dengan aplikasi Inaris, karena didalam aplikasi itu dapat mengetahui bencana apa saja disekitar kita. Jadi Informasi yang dibutuhkan masyarakat yaitu sosialisasi melalui DESTANA dan RETANA melalui call center dan Inaris didalam SPAB mitigasi bencana. Adapun harapan BPBD dan RETANA kepada masyarakat yaitu:

“Masyarakat itu jangan hanya menunggu, proaktif, jemput bola. Jadi harapan kami, kepada masyarakat yuk, sama-sama bilamana diundang oleh Desa, oleh siapapun untuk kumpul dalam hal kebencanaan hadir. Jangan sampai tadi, “ah, moal aya deui gempana engke, bantung sabarapa deui” itu kalimat-kalimat seperti itukan untuk meng-menghancurkan juga mereka seperti itu. Dan himbauan kamipun, ya kepada media juga semua LSM sudah sampai kesana gitu ya. Kalau tadi dibilang hanya, kita bergelut di apa? Di media sosial, ini juga kadang-kadang, kita udah upload di media sosial di IG, mana ga ada yang nanggapi. Jadi proaktifnya masyarakat itu, ingin tahu saja masih, masih rendah dan itu PR kita sebetulnya. PR kita untuk sampai kesana, kalau dibilang tadi keluarga tangguh bencana, harapannya nantinya masyarakat tau, bagaimana dia menjelaskan dirinya dan keluarganya. Jadi SOPnya, kita harus memahami, pengenalan rumah. Jadi, seandainya ada bencana kita harus bagaimana, terus dinding-dinding harus bagaimana, dirapihkan jangan sampai ada kaca-kaca yang nempel itu manajemen keluarga. Kaca-kaca yang nempel itu semacam foto, frame, itu resiko, itu dari segi itu. Posisi lemari, lemari berkaca, terus pintu keluar, jangan sampai terhalang, kesiapan diri sendiri saja, kita belum pernah ada yang menyiapkan. Contoh, dokumen, baik Ijazah, rumah, itu harus dalam satu koper, kaca, nu adik, itu kepentingan surat-surat

berharga, itu dalam satu taslah. P3Knya, biar ada apa-apa itu gampang. Yang kedua, pakaian, sebenarnya pakaian ee jarang kesentuhkan ya? Tapi minimal 1 setel, harus disiapkan”

Menurut Masyarakat harus proaktif dan jempot bola jika diadakan sosialisasi mengenai mitigasi bencana. Seperti mengetahui SOP seperti memahami pengenalan rumah, seperti dinding harus bagaimana, posisi lemari jangan menghalangi keluar dan menyiapkan dokumen, pakaian, P3K dalam satu tas untuk menyelamatkan diri sendiri dan keluarganya.

Indonesia merupakan negara yang rentan akan bencana, salah satunya yaitu gempa bumi. Gempa bumi menimbulkan banyak dampak bagi masyarakat seperti bangunan yang rusak, jatuhnya korban jiwa, menimbulkan penyakit dan lain-lain. Cianjur merupakan daerah yang mengalami pergerakan lempeng bumi pada tanggal 22 November 2022. Maka ketika itu diharuskan melakukan mengenai mitigasi bencana secara cepat dan tepat.

Dalam mitigasi bencana bertujuan mengurangi dampak yang berpotensi merugikan masyarakat. Landasan yang kokoh dan pedoman yang jelas merupakan cara mengurangi resiko bencana. Dalam memberikan pedoman dan informasi atau sosialisasi tersebut harus dapat mengkomunikasikannya dengan baik.

Komunikasi bencana merupakan suatu informasi mengenai bencana yang dikomunikasikan melalui proses koordinasi secara kelompok, lembaga dan pegiat kemanusiaan agar berjalan dengan baik. Tujuan komunikasi bencana yaitu berfungsi sebagai mengelola dengan baik arus informasi untuk mengurangi resiko dan korban jiwa dalam mitigasi bencana.

Pada penelitian ini BPBD Kabupaten Cianjur menggunakan model yang di inovasikan dari model sebelumnya yang mempermudah masyarakat untuk memahami pedoman atau mitigasi bencana. BPBD membentuk relawan tangguh bencana atau RETANA dan desa tangguh bencana atau DESTANA.

Referensi

- Anam, S., Dari, R. W., Savitri, W. E., & Leliana, A. (2020). Pelatihan Pembuatan Materi Literasi Tanggap Bencana bagi Keluarga pada Staf BPBD Jawa Timur. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(4), 556–561. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i4.5619>
- Anggraeni, H., Fauziyah, Y., & Fahyuni, E. F. (2019). Penguatan Blended Learning Berbasis Literasi Digital dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*, 9(2), 190–203.
- Ayu, D., & Widyastuti, R. (2021). *Using New Media and Social Media in Disaster Communication*. 13(2).
- Dahlanroso Lase. (2022). Analisis Koordinasi Pemerintah Dengan Pemerintah Daerah Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Bidang Kesehatan Pada Bencana Alam Di Kabupaten Nias. *Jurnal Prointegrita*, Vol. 6, No. 3, (2022) Desember : 127 - 147, 6, 127–147.
- Dharmawan, D. P., & Dirgantara, P. (2021). Peran Yayasan Al-khair Dalam Komunikasi Kebencanaan Pasca Tsunami 2018 Di Anyer Banten. *EProceedings of Management*, 8(5), 7222–7229. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16655%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16655/16362>
- Ginting, H., & Simamora, P. (2020). Strategi komunikasi bencana oleh Badan Penanggulangan Bencana pada kegiatan Desa Tangguh Bencana (Destana). *Social Opinion: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5(2), 123–131. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/774>
- Hadiono, K., & Noor Santi, R. C. (2020). Menyongsong Transformasi Digital. *Proceeding Sendiu, July*, 978–979. https://www.researchgate.net/publication/343135526_Menyongsong_transformasi_digital

- Henri, I. (2022). *Asas-Asas Manajemen (Konsep dan Teori)*. Media Sains Indonesia.
- Hilmy Aziz, M. (2023). Komunikasi Kebencanaan: Peran Dan Manfaat Pada Mitigasi. *Communications*, 5(1), 301–316. <https://doi.org/Communications.5.1.2>
- Iqbal, M., Rahiem, V. A., Fitrananda, C. A., & Yusuf, Y. M. (n.d.). Komunikasi Mitigasi Bencana (Studi Kasus Mitigasi Bencana Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Jabar dalam Menghadapi Bencana Alam Gempa Bumi Akibat Sesar Lembang). In *JULI* (Vol. 4, Issue 2).
- Kimura, R., Hayashi, H., Kobayashi, K., Nishino, T., Urabe, K., & Inoue, S. (2017). Development of a “disaster management literacy hub” for collecting, creating, and transmitting disaster management content to increase disaster management literacy. *Journal of Disaster Research*, 12(1), 42–56. <https://doi.org/10.20965/jdr.2017.p0042>
- Martini M, Suwaryo W, P. Y. dkk. (2021). *Manajemen Bencana dalam Keperawatan*. CV. Media Sains Indonesia.
- Monica, C., & R, S. H. N. (2022). *Koordinasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) dengan Dinas Pekerjaan Umum dalam Upaya Penanggulangan Pasca Bencana Banjir di Kota Medan*. 9(2), 327–334. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/49991>
- Muktaf, Z. M., & Santoso, B. (n.d.). *Komunikai Koordinasi Antar Instansi Dalam Tanggap Bencana: Studi Kasus Penanganan Bencana di Yogyakarta*. 263–274.
- Nur. (2023). *Struktur Bangunan Tahan Gempa: Memahami Bencana Alam dan Rekayasa Bangunan Lebih Aman di Indonesia*. Pustaka Pranala.
- Pratiwi, S. T., Tarifu, L., & Kamil, S. U. R. (2022). Literasi Komunikasi Masyarakat Dalam Kewaspadaan Bencana Banjir (Studi pada Kegiatan Badan Penanggulangan

- Bencana Daerah (BPBD) Kota Kendari). *Jurnal Literasi Perpustakaan Dan Informasi: Jurnal Penelitian Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(2). <https://doi.org/10.52423/jlpi.v2i2.25263>
- Prihantini, A., & Rahmayanti, H. (2020). *Pengurangan, dimensi sikap pengurangan bencana, dimensi ketrampilan pencegahan bencana*. 283–288.
- Putra, R. (2020). *Manajemen Bencana*. UNP Press.
- Putri, C. E., & Hamzah, R. E. (2021). Aplikasi Pedulilindungi Mitigasi Bencana Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 66–78. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1321>
- Rakhman, F. R., & Prihantoro, E. (2021). Komunikasi Bencana Palang Merah Indonesia melalui Siaga Bencana Berbasis Masyarakat dalam Menanggulangi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 235. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i2.4718>
- Ruyani. (2023). *Seri Fenomena Alam dan Mitigasi*. PT Bumi Aksara.
- Satira, U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *Sadida: Islamic Communications Media Studies*, 1(1), 179–202.
- Sipahutar, H. dkk. (2021). *Praktik Baik Pelayanan Mitigasi Bencana Pemerintah Daerah*. Pascal Book.
- Sopacua, Y., & Salakay, S. (2020). *Sosialisasi Mitigasi Bencana oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Ambon*. 7(1), 1–17.
- Suprayitno Abdi, Nugraha Adi, I. L. dkk. (2021). *Kebencanaan dalam Berbagai Perspektif Ilmu*. CV.Penerbit Qiara Media.
- Suradi dkk. (2021). *Peranan Kawasan Siaga Bencana dalam Meningkatkan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapu Bencana Alam*. Puslitbangkesos Kementerian Sosial RI bekerjasama dengan P3KS Press.

- Syahara, T. A., Alfaruqi, M. N., Alkhoroni, P., & Rosyidi, M. I. (2021). Komunikasi Bencana Melalui Opinion Leader. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 102–111. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i2.15652>
- Tamitiadini, D., Weda, W., Dewi, A., Adila, I (2019). Kunci, K., Bencana, M., Bencana, K., Kesehatan, K., & Risiko Bencana, P. (n.d.). *Inovasi Model Mitigasi Bencana Non Struktural Berbasis Komunikasi, Informasi, Koordinasi Dan Kerjasama (Innovation of Non Structural Disaster Mitigation Model based on Communication, Information, Coordination and Cooperation)*.
- Taslim, I., & Akbar, M. F. (2019). Koordinasi Publik untuk Pengurangan Risiko Bencana (PRB) Banjir pada Pelaksanaan Pembangunan Berkelanjutan Gorontalo. *Jurnal Wilayah Dan Lingkungan*, 7(2), 63–78. <https://doi.org/10.14710/jwl.7.2.63-78>
- Wildani, S. (n.d.). *Strategi Komunikasi Mitigasi Penanggulangan Bencana Banjir di Kecamatan Cibeber Oleh Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kota Cilegon*. 189–198. <https://doi.org/10.30656/senaskah.vii1.99>
- Yunia, A., Pinariya, J. M., Forceila, D., & Ivana, L. (2020). Program Berbasis Masyarakat dalam Upaya Pengurangan Risiko Bencana di Kabupaten Pandeglang. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 7(2), 172. <https://doi.org/10.37535/101007220205>.

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Edy Prihantoro, M.Ikom., MMSI., lahir di Pati, Jawa Tengah. Penulis merupakan alumni S1 Universitas Diponegoro Semarang, S2 di Universitas Gunadarma Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi dan Magister Manajemen Sistem Informasi, dan S3 Ilmu Komunikasi pada Universitas Sahid Jakarta selesai tahun 2015. Penulis saat ini aktif menjadi dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Sejak Tahun 2017 diangkat menjadi Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Tahun 2022, Penulis menjabat sebagai Sekretaris Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Selain aktif mengajar, Penulis aktif melakukan penelitian dan berhasil mendapatkan beberapa



Noviawan Rasyid Ohorella, S.I.Kom., M.I.Kom lahir di Jakarta 10 November 1996. Penulis merupakan alumni S1 & S2 di Universitas Gunadarma, saat ini sedang menempuh Program Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Gunadarma. Penulis saat ini aktif menjadi dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Saat ini Penulis merupakan Pengurus Pusat APJIKI Periode 2023 - 2026 & menjadi Dewan Editor maupun Reviewer Jurnal Terakreditasi SINTA.

SEBARAN KETAKUTAN DAN PESAN DAMAI: PERAN KOMUNIKASI DALAM KASUS TERORISME

Muhammad Khairil

Universitas Tadulako

muh_khairil02@yahoo.com

Bila kita mendengar kata terorisme, maka hal pertama yang terlintas adalah kejadian-kejadian kekerasan fan-tastis yang dilakukan oleh para ekstremis. Namun, adanya perbedaan pandangan khalayak terhadap suatu kasus juga memicu perdebatan tentang siapa pelaku dan apa motif dari aksi terorisme tersebut. Perdebatan ini sering bergulir kepada identifikasi ideologi atau agama dari pelaku sebagai legitimasi dari aksi terorisme. Banyaknya kasus terorisme yang mengatasnamakan Islam melahirkan pemahaman dan atribusi Islam terhadap terorisme (Jaffrelot, 2010; Khairil, 2017b; KhosraviNik & Amer, 2022). Pemahaman ini kiranya telah menjadi sesuatu yang umum, mengingat dalam tiga dekade

terakhir, kasus-kasus terorisme yang banyak diberitakan di media adalah kasus terorisme yang dilakukan oleh ekstremis Islam.

Konsep terorisme tidak hanya melekat sebagai suatu informasi kejadian pada pemberitaan di media saja, namun juga menjadi bagian dalam formulasi suatu agenda. Dalam dua dekade terakhir ini, sorot media dan pelabelan terorisme pada kaum Muslim menguat. Kasus yang menjadi katalis kejadian ini adalah kejadian tragis 11 September pada gedung World Trade Center (dikenal juga sebagai peristiwa 9/11). Kejadian ini mendasari radikalisasi opini publik dan tumbuhnya Islamofobia di Amerika Serikat yang kemudian juga menyebar ke seluruh dunia melalui rantai pemberitaan di media massa. Isu perang melawan terorisme pun merebak, meskipun sekali lagi, terorisme yang dimaksud adalah terorisme yang dilakukan oleh ekstremis Muslim. Isu ini memunculkan pula dualisme yang kontradiktif. Seperti yang disebutkan sebelumnya, opini yang terbentuk di Amerika Serikat setelah kejadian 9/11 sangat kontra terhadap terorisme. Namun, Amerika Serikat juga mendukung dan mentolerir pemberlakuan strategi teror di berbagai negara seperti Afghanistan, Irak dan Palestina.

Terorisme merupakan suatu hal yang baru. Meskipun terorisme sebagai istilah menjadi marak digunakan oleh berbagai kalangan terutama di media massa sejak kejadian 9/11, aksi terorisme telah lama berkembang lama dan luas seiring dengan berkembang dan beradunya ideologi. Perkembangan terorisme yang sejalan dengan perkembangan ideologi di era modern oleh David C. Rapoport dibagi menjadi lima gelombang dengan rentang waktu akhir 1870an hingga sekarang dan kedepannya. Kelima gelombang tersebut adalah gelombang pertama yang mengusung ideologi anarkisme antara tahun 1879-1920, gelombang kedua yang mengusung ideologi anti-kolonial antara tahun 1919-1960, gelombang ketiga yang mengusung ideologi sayap kiri baru (*new left*) antara tahun 1960-1990, gelombang keempat yang mengusung ideologi agama di tahun 1979-2020, dan gelombang kelima yang merupakan

gelombang terorisme masa depan (Rapoport, 2022). Dapat diibaratkan bahwa, terorisme memiliki dua sisi yang bertolak belakang layaknya koin. Di satu sisi, terorisme dilihat sebagai suatu tindakan yang menakutkan dan menjadi ancaman. Namun, di sisi lain, terorisme juga dapat dilihat sebagai suatu perjuangan oleh pihak lain. Istilah teroris umumnya digunakan oleh “mereka yang berkuasa”, menjadi “target” atau merasakan dampak untuk menyebut “si penyerang”. Sedangkan “si penyerang” tidak pernah menggunakan istilah terorisme. Istilah yang digunakan oleh “si penyerang” dapat berubah tergantung dari tujuan dan ideologi yang dibawa oleh kelompok “si penyerang”. Contoh istilah yang digunakan adalah martir, pejuang *shahid*, hingga pejuang kebebasan atau kemerdekaan (*freedom fighters*) (Khairil, 2017b; Khairil et al., 2020).

Bila melihat rentang gelombang kedua berdasarkan ideologi anti-kolonial yang diungkapkan Rapoport tersebut, apakah perjuangan kemerdekaan Indonesia termasuk dalam kategori terorisme gelombang kedua? Di satu sisi, bila kita melihat dari sudut pandang Belanda sebagai “penguasa” dan “pemilik wilayah” Indonesia pada saat itu, perjuangan kemerdekaan bangsa Indonesia dapat dilihat sebagai suatu gerakan pemberontakan dan separatis. Sedangkan bila dilihat dari sudut pandang bangsa Indonesia sebagai pihak yang “terjajah” dan “tertindas”, gerakan ini dibingkai menjadi perjuangan kebebasan atau kemerdekaan. Bila dilihat sekilas, mungkin pergolakan tataran kekuasaan di masa perjuangan kemerdekaan maupun percobaan reklamasi Indonesia oleh Belanda pasca kemerdekaan ini hanya berlandaskan ideologi anti-kolonial saja. Namun, bila dilihat lebih detail, di beberapa titik rentang waktu tersebut terdapat campur tangan ideologi agama seperti misalnya Jong Islamieten Bond yang beberapa tokohnya juga ikut andil dalam Darul Islam. Namun, titik ini lebih menonjol di akhir rentang gelombang kedua dan berperan sebagai rentang perantara gelombang kedua, ketiga dan keempat (Ilyas, 2021; Mohammed, 2022; Rapoport, 2017; Solahudin, 2013).

Selain guncangan yang diakibatkan oleh kejadian 9/11, gelombang terorisme keempat juga terasa di Indonesia. Contohnya saja kasus Bom Bali I dan II. Kasus Bom Bali ini terjadi ditengah tingginya perhatian dunia terhadap terorisme. Para pelaku ketika ditangkap dan diadili mengaku bahwa mereka memilih untuk melakukan aksinya karena Bali merupakan tujuan utama dari wisatawan-wisatawan luar negeri terutama dari negara-negara barat. Kasus Bom Bali ini memiliki kaitan dengan kasus kekerasan di Poso, karena pada saat itu wilayah Poso mengalami kasus konflik komunal sehingga digunakan sebagai salah satu basis dan jalur perekrutan dan logistik.

Kasus konflik komunal yang terjadi di Poso sendiri merupakan kasus kekerasan ekstrem yang melibatkan dua golongan yaitu golongan Islam dan Kristen. Kedua golongan ini menyerang satu sama lain dilandaskan dengan dorongan pembalasan. Kasus komunal atau yang biasa disebut sebagai Konflik Poso ini bermula dari pertikaian antar kaum pemuda Islam dan Kristen yang berujung pada hilangnya nyawa. Konflik pertikaian ini kemudian bisa menjadi pemicu konflik lanjutan yang begitu besar juga dipengaruhi oleh para provokator. Perlu diingat pula, wilayah Poso sebelum dan saat terjadi konflik merupakan daerah yang sedang tumbuh berkembang sehingga kompetisi antarpersonal antara pendatang dan masyarakat lokal meningkat. Kompetisi ini tidak hanya terbatas pada kompetisi lahan dan bisnis tapi juga kompetisi di tataran profesional. Sehingga, dapat terjadinya konflik ini dapat dirangkum menjadi tiga tahap pengaruh, yaitu konflik dan provokasi, transformasi ekonomi, dan transformasi demografik (Khairil, 2017b, 2019a).

Mayoritas penduduk Poso kala itu terbagi menjadi setidaknya tiga kelompok besar bila dilihat dari segi agama. Pertama, kelompok Islam yang mayoritas mendiami kawasan Poso Pesisir, Poso Kota, Kecamatan Lage bagian timur dan kawasan Pamona Selatan. Kedua, kelompok Kristen yang mendiami Pamona Selatan, Timur, dan Barat; Lore Utara, Tengah,

dan Selatan; Lage Barat dan Poso Pesisir. Ketiga, kelompok agama Hindu yang mendiami kawasan bekas transmigrasi di Poso Pesisir, Pamona Selatan dan Barat, dan Lore Utara. Selebihnya penganut agama lain juga tersebar di wilayah Poso dan sekitarnya. Dari ketiga kelompok besar tersebut, kelompok agama Hindu relatif tidak terlibat dan melibatkan diri dalam konflik Poso. Kesempatan itu pun dimanfaatkan oleh para oknum provokator untuk melakukan transformasi konflik Poso menjadi konflik horizontal antar umat beragama dan menjadikan Poso salah satu wilayah yang rawan akan radikalisme. Dari yang awalnya “balas dendam”, pun berubah menjadi “perjuangan di jalan Tuhan”. Radikalisme ini terjadi di kedua belah pihak yang berkonflik, dari kelompok Islam dan kelompok Kristen, terutama setelah datangnya “bala bantuan” dari luar daerah Poso (Khairil, 2017b).

Salah satu tokoh yang terlibat dalam konflik Poso adalah Santoso alias Abu Wardah. Selain konflik Poso, Santoso memiliki keterlibatan dengan Jemaah Islamiyah (JI) yang menumbuhkan doktrin ekstremisme. Santoso pun menjadi salah satu tokoh besar dan karismatik dalam jaringan terorisme di Sulawesi Tengah dengan membentuk kelompok Mujahidin Indonesia Timur (MIT) yang beroperasi selama kurang lebih lima belas tahun. Kelompok MIT ini pun menjadi sebuah kelompok terorisme yang cukup kuat mengingat MIT memanfaatkan hutan belantara di kawasan Poso dan sekitarnya sebagai basis operasi. MIT pun masuk dalam radar organisasi kontra-teror global setelah Santoso melakukan *baiat* atau sumpah setia di bawah jaringan ISIS. Sehingga, dapat dikatakan ISIS memiliki cakupan di Indonesia melalui MIT sebagai *proxy* atau perantara mengingat sebelumnya MIT hanyalah sebagian dari pengikut JI dan Jamaah Ansharut Tauhid (JAT). Masuknya MIT dalam radar organisasi kontra-teror global pun menjadikan Santoso dan anggota MIT yang lainnya sebagai buronan global dan dibekukan segala aset miliknya (State Department Terrorist Designation, 2016).

Media dan Kasus Terorisme: Dilema Penyebaran Informasi Terror

Jangkauan dan intensitas media massa meningkat tajam seiring dengan berkembangnya teknologi. Di awal perkembangannya, media massa memiliki kapasitas arus informasi yang terbatas sehingga terdapat jeda antara ketika suatu kejadian berlangsung dan kapan informasi tentang kejadian itu diterima oleh khalayak. Semakin jauh khalayak dari pusat kejadian, maka akan semakin lama mereka mendapatkan informasi tersebut.

Ketika teknologi telekomunikasi berkembang pada titik pemanfaatan gelombang radio, informasi dapat dikirimkan lebih cepat dengan jeda yang semakin mengecil. Namun, pada titik ini pun, mayoritas khalayak masih belum bisa mendapatkan informasi secara cepat, mengingat pemanfaatan teknologi ini belum merata dan keberkalaan penyebaran informasi (misalnya dalam program berita) masih terbatas di waktu-waktu tertentu yang dapat terlewatkan oleh khalayak.

Penyebaran informasi secara terspesialisasi dan terpersonalisasi tercapai ketika perkembangan teknologi informasi berada pada tahap pemanfaatan perangkat personal. Pada media massa konvensional, misalnya televisi dan radio, khalayak harus mengikuti jadwal berkala penyampaian informasi. Namun, di titik yang disebut dengan era media baru ini, khalayak dapat mengakses informasi sesuai keinginan (*on demand*). Akses informasi pada titik ini pun menjadi kulminasi dari berbagai perkembangan sebelumnya, mulai dari akses nirkabel hingga konten audio visual.

Lalu, apa hubungannya perkembangan teknologi informasi, media dan terorisme? Setelah pemberitaan kejadian 9/11 oleh berbagai media, khalayak menjadi khawatir dan takut akan keselamatan mereka dengan rasionalisasi bahwa sasaran pengeboman tidak lagi selektif namun berubah menjadi serangan membabi buta. Perlu diingat bahwa terorisme adalah praktik-praktik tindakan kekerasan *dengan menimbulkan ketakutan secara meluas* untuk mencapai

tujuan tertentu (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016; Poerwadarminta, 1976; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018, 2018). Dengan di-muatnya suatu kasus terorisme oleh media massa dan dise-barluaskan kepada khalayak, maka akan semakin banyak khalayak mengetahui kejadian tersebut. Dengan banyaknya khalayak yang mengetahui kejadian tersebut, maka akan semakin meningkat pula kemungkinan untuk rasa takut terpicu. Berdasarkan argumen ini, muncul pertanyaan bahwa, “apakah dengan adanya media, para pelaku teror terbantu dalam mencapai tujuannya?”

Paparan informasi kasus terorisme juga dapat menjadi pemicu khalayak untuk bergabung dengan suatu kelompok terorisme. Ahmet S. Yayla berpendapat bahwa keberlang-sungan suatu organisasi terorisme tergantung pada keberha-silan siklus rekrutmen. Siklus ini terbagi menjadi empat ba-gian, yaitu serangan teror, penyebarluasan informasi melalui media, penguatan dan penyebaran propaganda, dan rekrut-men kader (Yayla, 2020). Siklus ini mencantumkan media sebagai moda penyebarluasan propaganda dan ideologi, serta gambaran pandangan perjuangan pelaku.

Para pelaku melakukan serangan teror sebagai katalis untuk mendapatkan publisitas dan pemberitaan media. Seba-gaimana argumen dari Brian Jenkins, para teroris hanya ingin ditonton oleh orang banyak, bukan menimbulkan korban yang banyak (Jenkins, 1975). Argumen ini masih berlaku di era media sosial saat ini, dimana kelompok radikal dan ekstremis pun tidak hanya berfokus pada aksi serangan teror untuk men-dapatkan publisitas media massa secara cuma-cuma tapi juga menyebarkan propagandanya secara langsung melalui konten media baru. Misalnya saja salah satu anggota kelompok Al-Shahab, yaitu Omar Hammam, yang aktif dalam media sosial. Aktivitasnya pun berpusat pada unggahan-unggahan yang sarat akan eruan *jihād* ekstrem serta ajakan rekrutmen anggota baru Al-Shahab. Contoh unggahan ini adalah lagu *Send Me a Cruise* dan *Make Jihad With Me* yang ditujukan

untuk merekrut pemuda-pemudi Islam untuk bergabung dalam Al-Shahab (Brown & Straw, 2013; Rogio, 2013).

Pemahaman akan penyebaran propaganda melalui jaringan internet, atau lebih spesifiknya melalui situs jejaring sosial, untuk memancing ketertarikan dan rasa ingin tahu pun agaknya tumbuh di kalangan kelompok teroris. Sebut saja ISIS yang lebih terbuka memanfaatkan aspek *on demand* yang ditawarkan oleh media baru dengan proses kampanye rekrutmen mereka di media sosial dengan mengunggah video propaganda yang menargetkan golongan-golongan tertentu. Sekilas, konten yang diunggah oleh para anggota dan simpatisan ISIS tidak mengancam dan berbahaya. Namun, bila diperhatikan, unggahan-unggahan tersebut memiliki pola-pola tertentu. Misalnya saja unggahan yang menargetkan golongan kaum muda akan memicu adanya rasa terhubung dengan menaikkan isu identitas diri, heroisme dan pencarian tujuan hidup. ISIS juga tidak memandang jenis kelamin ketika melakukan rekrutmen kader baru, tidak seperti mayoritas kelompok lain yang condong memilih calon kader laki-laki dengan anggapan bahwa kader wanita akan mengikuti *mahram* mereka. Meskipun ISIS membatasi peran-peran apa saja yang dapat dibawakan oleh kader laki-laki dan wanita baik dalam segi operasional maupun segi sosial layaknya pada ajaran Islam, dalam rekrutmennya, ISIS mendorong calon kader wanita untuk dapat bergerak tanpa *mahram* dan mendukung terbentuknya komunitas-komunitas wanita. Dalam unggahan-unggahan pro ISIS, juga didapatkan seruan-seruan dan wacana obligasi religius perjuangan dan solidaritas kaum Muslim untuk melawan kaum kafir (Haq, 2014; Khairil, 2017a; Pearson, 2018).

Perlu kiranya kita kembali pahami bahwa dampak dari pemberitaan suatu kasus terorisme juga memiliki dua sisi yang berlawanan. Di bagian sebelumnya telah dibahas, pemberitaan tentang kejadian 9/11 semakin memperkuat tumbuhnya Islamofobia dan isu perang melawan terorisme. Namun disisi lain, khalayak juga menjadi takut bila suatu saat menjadi

salah satu dari sekian banyak korban kejahatan terorisme. Pelabelan Islam radikal, Islamofobia dan ketakutan terhadap terorisme secara umum pun juga berdampak pada mereka yang tidak terlibat dengan organisasi terorisme. Dengan kata lain, bingkai media berperan membangun persepsi khalayak yang terpapar informasi terorisme (Khairil, 2017a, 2017b, 2018; Khairil et al., 2020).

Proses atribusi ini berdampak pada proses pemberian label pada tokoh-tokoh tertentu sebagai reaksi terhadap berbagai kasus terorisme yang terjadi yang berujung pada mis-konsepsi penggunaan terminologi terorisme yang berlebihan. Dampak atribusi dan konstruksi label teroris bisa dilihat pada keadaan pasca kejadian 9/11 di Indonesia maupun dalam rentang waktu kelompok teroris MIT aktif di wilayah sekitar Poso, yang berdampak pada kasus salah tangkap tokoh-tokoh Islam dengan anggapan bahwa mereka yang aktif dalam kelompok Muslim adalah para radikal dan teroris (Irwanti et al., 2023; Khairil, 2004, 2005, 2018). Namun, kenyataannya banyak anggota dari kelompok teroris yang mengatasnamakan Islam namun tidak taat dengan ajaran Islam. Misalnya, para pelaku pembantaian warga sipil di Aljir selain membunuh secara brutal juga memperkosa wanita dan menculik anak-anak. Para pelaku yang mayoritas adalah Muslim ini tentunya melakukan hal yang tentunya tidak sesuai dengan ajaran Islam (Hafez, 2004; Hafez & Wiktorowicz, 2004).

Tidak dapat dipungkiri, media memiliki andil dalam misinterpretasi dan stereotipe Islam, baik disengaja melalui manifestasi konstruksi pembingkai berdasarkan agenda dan ideologi media maupun tidak. Bila kita melihat konten media selain dalam bentuk berita, seperti misalnya film hingga *video game* yang dipublikasikan untuk publik, maka kita akan dengan mudah menemukan konsep terorisme dalam berbagai model pembingkai. Beberapa *video game* yang diterbitkan di rentang waktu wacana Amerika Serikat tentang perang melawan terorisme pasca kejadian 9/11 seperti *Conflict: Desert Storm* (2002) hingga *Call of Duty 4: Modern Warfare*

(2007) mengedepankan isu terorisme Islam dan nasionalisme Amerika Serikat secara gamblang (Mirrlees, 2021; Robinson & Whittaker, 2020). Sedangkan pada Counter Strike: Global Offensive, konsep terorisme yang diangkat tidak hanya kelompok ekstremis Islam saja namun juga terdapat berbagai gambaran kelompok ekstremis lain. Meskipun begitu, masih terdapat ikonografi Timur Tengah yang merujuk pada kelompok ekstremis Islam (Khairil et al., 2019). Sedangkan pada serial televisi yang berjudul Homeland (2011-2020), wacana terorisme disajikan dalam bentuk stereotipe terorisme dan Islam serta identitas Muslim Arab dan Orientalisme (Kumaraea, 2018). Berseberangan dengan penyajian wacana terorisme pada serial Homeland, film yang berjudul My Name Is Khan menantang stereotipe Islam sebagai representasi budaya yang problematik (Balraj, 2011; Erndl, 2016).

Transformasi media dan muatan terorisme yang terkandung di dalamnya memaksa khalayak untuk dapat kritis dalam memilah, mencerna, dan memaknai informasi yang didapatkan. Hal ini menjadi sangat penting mengingat arus ubahan tren media yang mengarah ke *platform* media baru yang sangat terpersonalisasi. Mengingat *platform* media baru memiliki muatan yang dibuat oleh pengguna (*user generated content*) alih-alih tersentralisasi aliran informasinya melalui organisasi pemilik media, maka khalayak juga perlu memahami dan menimbang bagaimana khalayak membagikan atau meneruskan informasi yang didapatkan (Irwanti et al., 2023; Iswara, 2023; Yusaputra et al., 2022).

Literasi media memiliki peran yang penting di era media sosial ini karena literasi media yang rendah menjadikan khalayak rentan akan misinformasi dan disinformasi. Kembali kami singgung argumen Brian Jenkins bahwa teroris ingin dilihat oleh orang banyak. Sehingga dalih dan dorongan “ah saya hanya ingin membagikan informasi ini ke orang lain” secara serta merta tidak dapat lagi digunakan untuk dijadikan justifikasi meneruskan informasi tentang terorisme, terutama bila informasi tersebut diteruskan secara mentah-mentah atau

tidak melalui penyaringan dan pemilahan. Karena sekali lagi, informasi tersebut dapat berdampak buruk dengan meluasnya rasa takut atau dapat memicu rantai perekrutan simpatisan hingga kader dari rasa simpati akan ideologi sang pelaku teror (Fanindy & Mupida, 2021; Irawan & Nasrun, 2020; Junaidi et al., 2020; Maulidya et al., 2023).

Dari dua sisi dampak yang diberikan media, baik media massa atau media sosial tersebut, muncul pertanyaan-pertanyaan. Apakah dengan mengemas informasi kasus terorisme dalam bingkai “berita independen” akan tetap membantu pelaku teror memicu rasa takut pada khalayak? Apakah kita perlu memutus upaya pelaku teror menyebarkan rasa takut dengan tidak memberitakan kejadian terorisme secara besar-besaran? Apakah pemerintah perlu memidanakan mereka yang meneruskan informasi tentang terorisme di media sosial maupun melalui aplikasi pesan instan? Pertanyaan-pertanyaan ini hanyalah sebagian kecil dari pandangan kami terhadap dilema kami atas bagaimana seharusnya informasi kasus-kasus terorisme dibagikan.

Pasca Kasus Teror: Deradikalisasi dan Pesan Damai

Pemerintah Indonesia sendiri secara tegas menindak para pelaku terorisme. Misalnya saja, para individu-individu yang terlibat dalam kasus Bom Bali I dan II telah ditangkap, dihukum dan dieksekusi. Nama-nama seperti Imam Samudra, Amrozi Nurhasym, Ali Imron, Noordin Mohammad Top dan lain-lainnya menjadi kedok dari *jihād* ekstrim anti Amerika di Indonesia. Untuk kasus ini, pemerintah menindak tegas dengan berupaya memutus dan menumpas secara total para pelaku yang terlibat bahkan setelah hampir dua dekade.

Sejalan dengan apa yang dilakukan terhadap individu-individu yang terlibat pada kasus Bom Bali, perburuan terhadap para pelaku terorisme yang termasuk dalam kelompok Mujahidin Indonesia Timur (MIT) pun berlangsung sengit dan panjang. Pemberantasan kelompok MIT ini mencapai titik

balik dengan terbunuhnya tokoh dan petinggi MIT Santoso alias Abu Wardah. Santoso sendiri merupakan salah satu tokoh karismatik dari kelompok MIT. Dengan sepeninggalnya Santoso dan tokoh-tokoh pemimpin lainnya seperti Ali Kalora, maka kekuatan dan kepaduan MIT pun semakin menurun. Satu per satu anggota MIT pun ditangkap dan diadili maupun ditembak mati.

Perburuan terhadap pemimpin-pemimpin kelompok MIT ini serupa dengan apa yang terjadi dengan kelompok Al-Qaeda. Dalam wacana kontra-teror, pemberantasan kelompok Al-Qaeda menempuh titik balik dengan penumpasan Osama binLadendanAymanal-Zawahiri. Jalan pemberantasan kelompok teroris ini, menurut Kurth Cronin, adalah jalan “pemenggalan kepala” (*decapitation*) dengan memberantas pemimpin atau dalang dari kelompok tersebut. Jalan pemenggalan ini, beserta dua jalan lainnya, adalah jalan yang dapat ditempuh untuk memenangkan perlawanan terhadap terorisme. Dua jalan lain, menurut Cronin, adalah dengan penghancuran total kelompok terorisme dan menghilangkan dukungan terhadap kelompok terorisme. Namun, kedua cara ini dinilai lebih sulit dilakukan mengingat variabel yang dihadapi sangatlah banyak. Sedangkan jalan pemenggalan lebih efektif dilakukan karena dengan menghilangkan pemimpin kelompok karismatik yang menjadi pemersatu kelompok, maka anggota-anggota kelompok yang lain akan meninggalkan kelompok tersebut karena tokoh panutan mereka sudah tiada (Cronin, 2009).

Namun, pilihan tersebut termasuk sebagai tindakan reaktif terhadap terorisme. Sehingga, pilihan-pilihan tersebut terbuka ketika kelompok terorisme telah terbentuk, diketahui dan berhasil melakukan aksinya. Lalu bagaimana kita bisa mencegah kelompok-kelompok terorisme itu terbentuk? Dasar dari tindakan pencegahan atau preventif terhadap terorisme adalah dengan mendeteksi dini radikalisasi di masyarakat. Dengan begitu, masyarakat yang telah maupun sedang dalam proses radikalisasi dapat ditahan dan ditekan perkembangan ideologi radikalnya dengan jalan deradikalisasi.

Proses deradikalisasi dapat dijalankan secara fisik maupun virtual, misalnya dengan menyebarkan pesan-pesan keadilan dan kebaikan di media sosial maupun organisasi, baik organisasi keagamaan maupun organisasi lain, di dunia nyata. Beberapa contoh program seperti program deradikalisasi EXIT yang dilakukan oleh Jerman, program Prevent yang dilakukan oleh pemerintah Britania Raya terhadap kelompok spesifik yang rentan atau pun pejuang *jihad* yang kembali dari Syria, ataupun program deradikalisasi yang dijalankan oleh Singapura bagi tahanan untuk menekan pandangan ekstrem maupun faktor penyebabnya. Berbagai program deradikalisasi pun telah dicanangkan dan dilaksanakan di berbagai daerah di Indonesia. Contohnya saja program deradikalisasi dan rehabilitasi teroris yang tertangkap dan deradikalisasi sebagai tindakan preventif di berbagai lingkungan mulai lingkungan pendidikan formal maupun lingkungan organisasi keagamaan seperti Wahdah Islamiyah (Khairil, 2017a, 2018b; Koomen & Pligt, 2016). Program deradikalisasi menjadi sorotan penting karena dalam mencegah berkembangnya terorisme, waktu adalah komoditas yang sangat terbatas karena pihak kontra-teror berpacu dengan kecepatan para kelompok teroris dalam melakukan rekrutmen kader-kader baru mereka. Salah satu aspek penting dari program deradikalisasi adalah dengan mengurangi atau menghilangkan traksi kelompok teroris dalam menyebarkan ideologinya (Khairil, 2019b). Program deradikalisasi sebagai tindakan preventif maupun rehabilitasi pun perlu membahas dan mengkaji tentang emosi, tendensi untuk tidak memanusiaikan pihak lain dan proses justifikasi radikalisme dan terorisme.

Mencegah perekrutan dan pengkaderan anggota baru kelompok terorisme bila dibandingkan dengan konfrontasi langsung dengan kelompok terorisme yang sudah terbentuk merupakan salah satu upaya kontra-teror yang minim memakan korban. Jalan ini juga dinilai lebih manusiawi mengingat dalam konfrontasi dengan kelompok-kelompok terorisme, kedua belah pihak akan merampas aspek-aspek kemanusiaan (*dehumanizing*) masing-masing pihak untuk tetap menjaga

bingkai ideologinya. Namun, jalan deradikalisasi sebagai upaya preventif terbentuknya dan atau kaderisasi kelompok terorisme harus dilakukan secara repetitif tanpa membuat jenuh sehingga akan diabaikan oleh masyarakat.

Bagaimana peran media dalam tindakan preventif terhadap kelompok terorisme? Di paragraf-paragraf sebelumnya telah disinggung berbagai perantara penyebaran ketakutan baik secara langsung maupun tidak langsung serta pemanfaatannya sebagai moda kontra-teror. Individu yang terlibat dalam suatu organisasi pengelola media massa; dari pemilik, editor, hingga reporter; serta masyarakat umum yang menggunakan media sosial dengan model *user generated content*, dalam menelaah dan membagikan informasi terorisme terutama yang mengatasnamakan golongan tertentu perlu menjaga keberpihakan dalam membingkai informasi. Netralitas dan independensi ini perlu dijaga sebagai upaya mengurangi sifat partisan terhadap informasi.

Pemberitaan kasus-kasus terorisme di media massa terhadap kasus terorisme pada dasarnya ada untuk menjamin akses publik terhadap informasi dan melindungi kebebasan fundamental publik serta untuk mencegah kekerasan dan memerangi terorisme di masa depan. Oleh karena itu, sudah menjadi tanggung jawab setiap jurnalis untuk memenuhi standar dan norma jurnalistik yang telah ditetapkan, agar masyarakat mendapatkan informasi yang benar dan akurat. Dengan meliput informasi tentang terorisme, sedikit banyak akan memberikan jawaban untuk penanganan terorisme guna menjamin perdamaian dan keadilan. Dengan demikian, hasilnya akan mendorong masyarakat yang damai dan inklusif untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses keadilan bagi semua dan membangun institusi yang efektif, akuntabel, dan inklusif di semua tingkatan. Mengingat bahwa bingkai pemberitaan yang digunakan dapat dijadikan suatu titik balik untuk menganalisis bagaimana media membentuk pesan (Khairil, Ali, et al., 2017; Khairil, 2018b).

Meskipun hampir tidak mungkin bila suatu media bebas dari konflik kepentingan politik, namun independensi media tetap harus dijunjung untuk melaksanakan fungsi pengawasan dengan tujuan membentuk situasi yang damai. Wacana tentang pelestarian kedamaian publik menjadi wacana yang penting bila merujuk pada salah satu Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals atau SDGs) yaitu untuk menjamin kehidupan yang sehat dan mendorong kesejahteraan bagi seluruh kalangan usia (*ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages*). Media memiliki kewajiban, selain memberikan informasi dan sebagai sarana hiburan, untuk menjaga ketentraman publik dengan tidak menyebarkan atau memperkuat ketakutan berlebih yang ditimbulkan dari serangan terorisme, karena akan memicu kecemasan pada masyarakat dan berpengaruh pada secara psikologis (Khairil, Ali, et al., 2017; Khairil, Emrizal, et al., 2017; Koomen & Pligt, 2016).

Perlu adanya diskusi tentang apa titik balik dari sebuah kelompok terorisme? Dalam hal ini kami melihat ada tiga kemungkinan titik balik bagi sebuah kelompok terorisme: mereka akan mencapai kesuksesan dan meraih tujuannya, mereka berubah menjadi kelompok kriminal, atau mereka akan tergerus oleh upaya kontra-teror dan akhirnya hilang atau bukan lagi menjadi ancaman bagi masyarakat. Hanya satu dari tiga kemungkinan tersebut yang dapat dianggap sebagai “kemenangan” atas perlawanan terhadap terorisme. Dua kemungkinan lainnya menjamin keberlangsungan suatu kelompok terorisme.

Kita juga perlu memandang jauh kedepan pada upaya pasca kasus terorisme. Bagaimana nantinya anggota-anggota yang tertangkap dan telah bertaubat dapat terintegrasi kembali di masyarakat? Bagaimana persepsi masyarakat terhadap para eks teroris tersebut? Bagaimana kondisi keluarga eks teroris tersebut yang tidak mengetahui atau tidak ikut terlibat dalam jaringan terorisme? Apakah mereka akan mendapatkan label negatif dan dikucilkan dalam masyarakat? Akan muncul

banyak pertanyaan tentang bagaimana kondisi pasca kasus terorisme yang sering tidak mendapatkan sorotan media massa dengan dalih bahwa pemberitaan ketika kasus terjadi lebih “menjual” dibandingkan dengan keberlangsungan kondisi pasca teror berbagai pihak.

Strategi deradikalisasi bagi anggota kelompok teroris yang tertangkap maupun membelot pun perlu diberlakukan. Mereka yang ditangkap atau pun membelot perlu diisolasi dari radikalisasi lebih lanjut dan pemikiran kebencian dan dendam. Untuk melakukan hal tersebut, perlu adanya monitoring serta memberantas dukungan sosial terhadap solusi radikal dan brutal dengan menyebarkan pesan-pesan damai. Sekali lagi, program deradikalisasi dan rehabilitasi, baik di penjara maupun pada komunitas-komunitas publik, dapat membantu menekan diseminasi radikalisme dengan cara yang manusiawi.

Tulisan ini kami bangun dari sebagian penelitian-penelitian yang kami lakukan selama dua dekade terakhir ini. Meskipun begitu, kami sadar bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna dan hanya menyentuh sedikit bagian dari keseluruhan subjek mengenai terorisme. Namun, kami berharap para pembaca akan terpicu untuk menggali lebih dalam lagi dan mengkaji bagaimana gerakan terorisme di Indonesia, tindakan preventif dan reaktif terhadap terorisme, serta bagaimana media dan masyarakat menyikapi kasus-kasus terorisme.

Referensi

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *KBBI Daring: Entri “Terorisme”* (3.10.2.0-20221029135459). Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/terorisme>

- Balraj, B. M. (2011). "My name is Khan and I am not a Terrorist": Representation of Muslims in 'My name is Khan.' *Journal of Language and Culture*, 2(6), 91–95. <http://www.academicjournals.org/JLC>
- Brown, S. R., & Straw, J. (2013). *Omar Hammami, American jihadi, killed in Somali ambush by militants: reports*. Daily News.
- Cronin, A. K. (2009). *How Terrorism Ends: Understanding the Decline and Demise of Terrorist Campaigns*. Oxford University Press.
- Erndl, K. M. (2016). Religious and National Identity in My Name is Khan. *Journal of Religion & Film*, 20. https://digitalcommons.unomaha.edu/jrfPleasetakeourfeedbacksurveyat:https://unomaha.az1.qualtrics.com/jfe/form/SV_8cchtFmpDyGfBLEAvailableat:https://digitalcommons.unomaha.edu/jrf/vol20/iss1/5
- Fanindy, M. N., & Mupida, S. (2021). Pergeseran Literasi pada Generasi Milenial Akibat Penyebaran Radikalisme di Media Sosial. *Millah*, 20(2), 195–222. <https://doi.org/10.20885/millah.vol20.iss2.art1>
- Hafez, M. M. (2004). From Marginalization to Massacres: A Political Process Explanation of GIA Violence in Algeria. In Q. Wiktorowicz (Ed.), *Islamic Activism: A Social Movement Theory Approach* (pp. 37–60). Indiana University Press.
- Hafez, M. M., & Wiktorowicz, Q. (2004). Violence as Contention in the Egyptian Islamic Movement. In Q. Wiktorowicz (Ed.), *Islamic Activism: A Social Movement Theory Approach* (pp. 61–88). Indiana University Press.
- Haq, H. (2014). *ISIS excels at recruiting American teens: Here are four reasons why*. The Christian Science Monitor.
- Ilyas, M. (2021). Decolonising the terrorism industry: Indonesia. *Social Sciences*, 10(2), 1–16. <https://doi.org/10.3390/socsci10020053>

- Irawan, I., & Nasrun, N. (2020). Bahaya Perekrutan Terorisme Melalui Media Sosial di Indonesia. *SUSTAINABLE: Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 3(1), 35–52. <https://doi.org/10.32923/kjmp.v3i1.1392>
- Irwanti, M., Khairil, M., Alatas, R., Fitria, D., & Sari, K. (2023). NEWS CONSTRUCTION STUDY OF TERRORISM CASES IN THE MASS MEDIA OF CENTRAL SULAWESI. *Journal of Namibian Studies*, 33, 562–574.
- Iswara, A. A. (2023). Analisis Hoaks Yang Dipublikasikan Berulang. *Jurnal Pekommas*, 8(1), 87–94. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v8i1.4950>
- Jaffrelot, C. (2010). Abhinav Bharat, the Malegaon Blast and Hindu Nationalism: Resisting and Emulating Islamist Terrorism. *Economic and Political Weekly*, 45(36), 51–58.
- Jenkins, B. M. (1975). *Will Terrorists Go Nuclear?* RAND Corporation; RAND Corporation. <https://www.rand.org/pubs/papers/P5541.html>
- Junaidi, A., Eddy, T., & Sahari, A. (2020). Pemberian Sanksi Pidana Bagi Pelaku Penyebaran Hoax Ditinjau Dari Aspek Tindak Pidana Terorisme. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 401–411. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.321>
- Khairil, M. (2004). *Pengaruh Pemberitaan Terorisme Pada Media Massa Terhadap Gerakan Organisasi Islam di Kota Makassar* [Thesis]. Universitas Padjadjaran.
- Khairil, M. (2005). Islam, Terorisme dan Media Massa (Refleksi Terhadap Persoalan Sosial Keagamaan dan Peran Media Massa). *Jurnal ADMINISTRATOR STIA Pembangunan*, 1.
- Khairil, M. (2017a). *Efek Media dalam Liputan Kasus Terorisme*. Mars Publisher.
- Khairil, M. (2017b). The Transformation of the Symbolic Meaning of Radicalism in Acts of Terrorism Post-Conflict

- in Poso Central Sulawesi. *International Conference on Democracy, Accountability and Governance*, 282–289.
- Khairil, M. (2018). False Arrest Victims Labelling Construction of Terrorism Case Mishandling in Poso Regency. *Proceedings of The IIER International Conference, Bandar Seri Begawan, Brunei Darussalam, 12th-13th February 2018*, 6–9.
- Khairil, M. (2019a). *Resolusi Komunikasi Tindak Penanganan Terorisme*. Simbiosis Rekatama Media.
- Khairil, M. (2019b). *Strategi Komunikasi Dalam Upaya Deradikalisasi Dan Penanganan Tindak Terorisme Di Sulawesi Tengah*.
- Khairil, M., Saputra, G. B. R., Ali, M. N., Fadhliyah, Astuty, Emrizal, Zakaria, S. Z. S., Abdullah, A., & Razman, M. R. (2019). An Analysis Regarding Terrorist and Counter-Terrorist Role of CounterStrike Global Offensive (CS: GO). *Journal of Engineering and Applied Sciences*, 14(16), 5875–5879. <https://doi.org/https://doi.org/10.3923/jeasci.2019.5875.5879>
- Khairil, M., Yusaputra, M. I., Komariah, N., Zakaria, S. Z. S., & Razman, M. R. (2020). TV One Coverage On The Terrorism Activity Case Of Santoso's Group In Central Sulawesi. *Asian Journal of Environment, History and Heritage*, 4(1), 103–115. <http://spaj.ukm.my/ajehh/index.php/ajehh/article/view/151>
- KhosraviNik, M., & Amer, M. (2022). Social media and terrorism discourse: the Islamic State's (IS) social media discursive content and practices. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 124–143. <https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1835684>
- Kumaraea, G. (2018). Homeland and Orientalism: An Examination of Arab Muslim Identity and US Nationalism. *Minnesota Undergraduate Research & Academic Journal*, 1(1).

- Maulidya, E. N., Natalia, A., Yulianti, I., & Havez, M. (2023). Strategi Penanggulangan Informasi Hoax dan Terorisme di Media Sosial Oleh Unit Polisi Virtual Provinsi Lampung. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 139. <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7822>
- Mirrlees, T. (2021). The Virtual Killing of Muslims: Digital War Games, Islamophobia, and the Global War on Terror. In *ISLAMOPHOBIA STUDIES JOURNAL* (Vol. 6, Issue 1).
- Mohammed, I. (2022). Decolonialisation and the Terrorism Industry. *Critical Studies on Terrorism*, 15(2), 417–440. <https://doi.org/10.1080/17539153.2022.2047440>
- Pearson, E. (2018). Online as the New Frontline: Affect, Gender, and ISIS-Take-Down on Social Media. *Studies in Conflict & Terrorism*, 41(11), 850–874. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2017.1352280>
- Poerwadarminta, W. J. S. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Rapoport, D. C. (2017). Terrorism as a Global Wave Phenomenon: Anti-Colonial Wave. In *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.647>
- Rapoport, D. C. (2022). *Waves of Global Terrorism: From 1879 to the Present*. Columbia University Press.
- Robinson, N., & Whittaker, J. (2020). Playing for Hate? Extremism, Terrorism, and Videogames. *Studies in Conflict and Terrorism*. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1866740>
- Rogio, B. (2013). *Shabaab kills American jihadist Omar Hammami and British fighter*. FDD's Long War Journal.
- Solahudin. (2013). *The Roots of Terrorism in Indonesia: From Darul Islam to Jem'ah Islamiyah*. Ridge Books-NUS.
- State Department Terrorist Designation. (2016). *Counter Terrorism Designations; Zimbabwe Designations*

Update. Specially Designated Nationals List Update.
Home.Treasury.Gov. <https://home.treasury.gov/policy-issues/financial-sanctions/recent-actions/20160322>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 (2018).

Yayla, A. S. (2020). Prevention of Recruitment to Terrorism. In A. P. Schmid (Ed.), *Handbook of Terrorism Prevention and Preparedness* (1st ed.). ICCT Press. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19156/2020.6.0113>

Yusaputra, M. I., Suriady, I., & Rahmarini, G. M. (2022). LITERASI DIGITAL DALAM MENGATASI INFODEMI PADA ERA NEW NORMAL. *Kinesik*, 9(1), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.22487/ejk.v9i1.344>.

BIOGRAFI PENULIS



Muhammad Khairil, tercatat sebagai Guru Besar Dalam Bidang Ilmu Komunikasi khususnya dalam Kajian Komunikasi dan Terorisme pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Tadulako. Saat ini juga tercatat sebagai Dosen di beberapa Perguruan Tinggi, diantaranya Universitas Gunadarma, Universitas Muhammadiyah, Universitas Azis Lamadjido dan beberapa kampus lainnya. Karya ilmiah yang telah dipublikasikan dalam bentuk buku diantaranya adalah *Resolusi Komunikasi Tindak Penanganan Terorisme*, terbit tahun 2019 dan *Terorisme, Media dan Hukum*, terbit tahun 2024. Beberapa artikel ilmiah yang telah terpubliasi khususnya pada tahun 2025 diantaranya adalah *Combating Radicalism and Communicating Peace: A Case Study of the Deradicalization Process of Terrorism Impacted Area of Gunung Biru* dan *The Role of Government Public Relations in Digital Media in Building a Positive Image of the Central Sulawesi Provincial Government*.

Khairil lahir di Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Tengah, 23 Oktober 1979. Tercatat sebagai Alumni Tsanawiyah dan Aliyah Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Gombara Makassar sejak tahun 1991-1997. Ia lalu melanjutkan ke jenjang S1 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tamat tahun 2001. Menyelesaikan Program S2 Dalam Kajian Riset Media dan Terorisme di Universitas Hasanuddin Makassar, tahun 2004. Selanjutnya, menyelesaikan jenjang Doktoral pada bidang Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung ditahun 2011. Dalam pengembangan jenjang karir, pernah menjadi Koordinator Program Studi periode 2014-2017, lalu diangkat menjadi Wakil Dekan periode 2017-2019 dan selanjutnya terpilih menjadi dekan periode 2019-2021 dan periode 2021-2025. Khairil juga aktif dalam berbagai organisasi diantaranya sebagai Dewan Pakar Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), Dewan Pakar Himpunan Da'i Muda Sulawesi Tengah, Pengurus ISKI, Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Tengah, dan berbagai aktivitas organisasi lainnya.

LITERASI MEDIA DIGITAL KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MASYARAKAT INDONESIA SEHAT

Kinkin Yuliaty Subarsa Putri

Universitas Negeri Jakarta

kinkinsubarsa@unj.ac.id

Masyarakat saat ini mampu mencari dan mengetahui informasi kesehatan setelah kondisi pandemi Covid-19 di media baru dan dapat mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-harinya. Tak heran jika literasi komunikasi kesehatan sudah tersebar luas dan banyak diterapkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Maka dari itu, dengan adanya kondisi pandemi dalam dua tahun belakangan ini memberi hasil yang signifikan pada masyarakat Indonesia terhadap kepedulian tentang informasi-informasi kesehatan dalam penanganannya kesehatan individu dan masyarakat. Terdapat beberapa daerah yang menunjukkan bahwasanya masih belum mengetahui hingga mengaplikasikannya pada kondisi pandemi tersebut (Putri et al., 2022).

Hakikatnya komunikasi kesehatan patut dipahami secara menyeluruh sebagai bentuk komunikasi massa yang melancarkan strategi komunikasinya semata-mata untuk memberi perhatian lebih dan menjaga kesehatan masyarakat untuk selalu berada di tingkatan tertentu yang bersifat positif dan dinilai baik. Berdasarkan hal tersebut, komunikasi kesehatan sangat dibutuhkan agar masyarakat Indonesia mampu memahami dan mengetahui bagaimana cara kerja atau sistem penanganan kesehatan masyarakat. Lain hal itu, komunikasi kesehatan sangat diperlukan untuk memberi arahan dan memersuasi masyarakat agar melakukan serangkaian tindakan yang dapat mempertahankan dan menjaga kondisi kesehatan mereka (Putri et al., 2022).

Berkaitan dengan komunikasi kesehatan, media baru juga memiliki peranan penting dalam pemerataan akses informasi yang tentunya perlu peningkatan sistem komunikasi kesehatan yang efektif, diperlukan pula atensi dan andil dari beragam pihak guna komunikasi kesehatan yang lebih terperinci, detail, tersusun, terstruktur, dan terintegrasi dengan sangat baik. Sehingga hal tersebut merupakan sebuah disiplin komunikasi kesehatan yang dapat terus dikembangkan dan ditingkatkan (Putri et al., 2022). Komunikasi kesehatan dapat disebarluaskan secara menyeluruh dengan adanya kerja sama, upaya pengolaborasian dan pengorganisasian yang efektif dari beragam pihak yang termuat pemerintah, petinggi atau pejabat, pegawai sipil, para tenaga kesehatan, aparat negara, tokoh agama, tokoh masyarakat, hingga seluruh lapisan masyarakat Indonesia untuk selalu bahu membahu, bersedia membantu, dan bekerja sama satu dengan lainnya untuk menyatukan suatu misi dan fokus untuk melawan hambatan atau permasalahan yang menghambat pelaksanaan komunikasi kesehatan di Indonesia (Putri et al., 2022)

Dengan demikian, masyarakat Indonesia dapat berpartisipasi aktif dalam menciptakan rasa aman, penuh perlindungan, penuh kenyamanan, saling pengertian dan perhatian, berperilaku, bersikap, dan berhubungan baik satu sama

lain, serta melakukan tindakan-tindakan yang positif, serta sejalan dengan disiplin komunikasi kesehatan (Putri et al., 2022). Berhubungan dengan media baru, spesifiknya dengan sebutan ‘aplikasi media sosial’ banyak bermunculan seiring dengan perkembangan internet yang semakin meluas. Media sosial merupakan sebuah sarana yang digunakan oleh seluruh masyarakat untuk dapat berinteraksi satu sama lain dengan bertukar dan berbagi informasi, serta penciptaan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual (Putri et al., 2022).

Munculnya aplikasi YouTube, Facebook, dan WhatsApp merupakan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat global. Begitu banyaknya pengguna WhatsApp yang menggunakan aplikasi tersebut lebih dari 5 jam sehari, selain itu media sosial merupakan sumber informasi paling utama dan disusul dengan media televisi, serta berita *online*. Berdasarkan ketiga sumber utama informasi tersebut, televisi merupakan sumber yang paling dipercaya dan diminati masyarakat, disusul oleh media sosial dan situs pemerintah. Melalui sejumlah media sosial, WhatsApp dan Facebook merupakan yang paling dipercaya oleh masyarakat Indonesia. Lain hal itu, keluarga dan tetangga merupakan sumber dan juga target utama dalam pendistribusian informasi melalui media, khususnya WhatsApp dan Facebook (Putri et al., 2022).

Masa kini banyak sekali berita hoaks beredar dan rentan berkaitan mengenai persoalan politik, kesehatan, hingga agama. Penyebaran berita hoaks sering dijumpai melalui Facebook. Berdasarkan hal tersebut, tak dipungkiri lagi bahwasanya tingkat literasi digital di Indonesia belum mencapai tingkatan yang bagus, khususnya subindeks informasi dan literasi data yang dinilai paling rendah skornya. Indeks literasi digital memiliki keterhubungan timbal balik dengan usia yang lebih muda, pendidikan tinggi, jenis kelamin laki-laki, kemampuan mengenali informasi yang bersifat hoaks, penggunaan internet yang tidak intensif, dan bertempat tinggal tidak di pulau Jawa. Individu yang tinggal di perkotaan dan intensif

menggunakan internet cenderung lebih mudah terpapar kebiasaan positif maupun negatif dari kegiatan literasi digital (Putri et al., 2022).

Maka dari itu, perlu diperhatikan secara menyeluruh terhadap derasnya informasi atau pesan mengenai kesehatan apabila terdapat suatu isu-isu kesehatan yang tengah menjadi perbincangan publik, seperti ketika terdapat suatu virus yang penyebarannya begitu cepat dengan tingkat risiko kematian yang cukup tinggi, akan mendapat banyak “noise”. Noise tersebut adalah gangguan yang terjadi pada semua khalayak yang dapat dikatakan kurang bijak, dengan cepat meneruskan pesan atau informasi, menerima pesan yang belum diketahui kebenarannya, menambahkan pesan, hingga pesan atau informasi yang memiliki potensi bersifat hoaks. Komunikator seperti hal tersebut sering dijumpai di media sosial, seperti Twitter, X, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, dengan alih untuk mempermudah dan membantu individu lain untuk dapat mengakses informasi, tetapi akan memberi informasi yang sama sekali tidak diketahui kebenarannya, membahayakan, dan bahkan dapat menyesatkan (Putri et al., 2022).

Penyebaran berita hoaks harus dibatasi dan diperangi untuk menjaga kebutuhan masyarakat akan informasi dan layanan kesehatan, khususnya yang berhubungan dengan penanganan atau penanggulangan penyakit-penyakit ataupun virus dapat diterima secara menyeluruh (Putri et al., 2022). Literasi media didefinisikan sebagai sekumpulan keterampilan dan kemampuan yang memuat literasi aural, visual, dan digital tumpang tindih. Hal tersebut merupakan salah satu kemampuan untuk memahami kekuatan gambar dan suara yang berupaya untuk mengenali dan mengimplementasikan kekuatan tersebut guna mengubah dan memanipulasi media digital untuk mendistribusikannya secara luas, serta dengan mudah untuk menyesuaikannya ke dalam bentuk baru. Lain hal itu, adapun pengertian lain dari literasi media yakni suatu kemampuan untuk memperoleh, menganalisis, mengevaluasi,

dan mengomunikasikan informasi atau pesan dalam berbagai format media. Literasi media merupakan seperangkat cara pandang yang diaplikasikan secara aktif ketika mengakses media massa dan menginterpretasikan pesan-pesan yang ditemui (Putri et al., 2022).

Literasi media juga dianggap sebagai suatu kesanggupan dan kecakapan untuk mendapatkan akses sehingga dapat dipahami dan dievaluasi secara menyeluruh berdasarkan informasi dan pesan yang termuat dalam suatu media dan aspek media yang berbeda, serta bertujuan untuk membuat alur komunikasi dalam berbagai situasi. Lain hal itu, literasi media juga memiliki keterkaitan dengan semua media yang ada di dalamnya meliputi media cetak, televisi dan film, radio dan rekaman, internet dan teknologi komunikasi digital lainnya (Putri et al., 2022).

Menurut UNESCO (2021), literasi tak hanya diartikan sebagai kemampuan membaca, menulis, dan menghitung saja, melainkan seiring dengan berkembangnya teknologi digital dan perubahan dunia yang pesat telah memberi dampak kepada pengertian literasi menjadi lebih menyeluruh, antara lain mencakup kemampuan identifikasi, pemahaman, interpretasi, kreativitas, komunikasi, mengakses berbagai informasi, dan menggunakan media berbasis teks (*text mediated*). Literasi mempunyai ruang lingkup yang sangat mendalam, meliputi serangkaian pembelajaran yang memungkinkan individu untuk mencapai tujuannya, berpartisipasi lebih luas, serta meningkatkan kemampuan dan pengetahuannya. Literasi kesehatan juga menjadi salah satu pilar utama dalam melancarkan promosi kesehatan yang termasuk ke dalam kegiatan penting dengan upaya untuk peningkatan derajat kesehatan (Putri et al., 2022).

Masa kini literasi kesehatan menjadi suatu hal yang sangat penting untuk diterapkan oleh seluruh lapisan masyarakat. Dikarenakan literasi kesehatan dapat berdampak pada batasan faktor sosial, individu, dan kultur. Sementara itu, literasi kesehatan yang buruk mampu mengakibatkan pada

pelayanan kesehatan. Menurut Nutbeam (1970), literasi kesehatan telah diakui sebagai keliru kesehatan dan menjadi keliru pada satu tujuan pembangunan kesehatan masyarakat. Data mengenai literasi kesehatan terdapat pada target audiens, yang mana audiens dapat memberi informasi keputusan yang berhubungan dengan segmentasi target, peningkatan pesan, pilihan saluran, dan aspek-aspek intervensi lainnya. Konsep dari literasi kesehatan pada umumnya merupakan kombinasi dari konsep literasi dan kesehatan yang bertujuan untuk mengembangkan pembangunan kesehatan (Putri et al., 2022).

Blagov (2021) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa mempelajari dan memahami literasi komunikasi kesehatan sangatlah penting, terutama dalam menghadapi pandemi yang telah terjadi sebelumnya, yaitu Covid-19. Akan tetapi, setiap individu memiliki pemahaman dan penerapan yang berbeda-beda dalam penyampaian isu kesehatan. Hal tersebut dikarenakan perilaku dan kepribadian individu mempengaruhi pemahaman terhadap individu lainnya dalam menerima informasi komunikasi kesehatan (Putri et al., 2023).

Berdasarkan hal tersebut, masyarakat Indonesia membutuhkan literasi komunikasi kesehatan yang baik dan menyeluruh untuk memperkuat kemampuan membaca mereka. Kenyataannya, hal ini telah berlangsung selama kurang lebih dua sampai tiga tahun sejak pemerintah Indonesia mengumumkan keadaan darurat Covid-19. Maka dari itu, beragam informasi yang bersifat hoaks dan bersimpang siur tersebar di media sosial, terutama WhatsApp. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sikap pembaca dalam membaca dan memahami keragaman informasi sangatlah rendah. Lain hal itu, tantangan literasi komunikasi kesehatan juga disebabkan oleh melemahnya budaya membaca masyarakat. Sehingga, banyak masyarakat mudah menelan mentah-mentah informasi di tengah pandemi Covid-19 pada tahun 2020-2022 (Putri et al., 2023)

Komunikasi kesehatan merupakan disiplin ilmu yang dipelajari secara akademis untuk memahami lebih baik bagaimana berkomunikasi dalam membahas isu-isu kesehatan. Maka dari itu, komunikasi kesehatan termasuk salah satu disiplin ilmu yang menghadapi tantangan untuk memerangi informasi hoaks atau palsu, dan mengoreksi keyakinan individu yang salah terhadap keterkaitan informasi dengan isu kesehatan. Komunikasi kesehatan menyelidiki strategi komunikasi untuk menginformasikan dan mempengaruhi keputusan dan tindakan untuk meningkatkan kesehatan. Lain hal itu, penggunaan media digital dalam melakukan komunikasi kesehatan sering dilakukan oleh masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, literasi media digital sangat diperlukan sebagai keterampilan bagi masyarakat Indonesia (Putri et al., 2023).

Sehubungan dengan isu kesehatan di masa kini, peran literasi media digital sangat dibutuhkan untuk memerangi informasi hoaks yang beredar. Literasi media digital merupakan suatu gerakan yang berupaya untuk membantu memahami, menghasilkan, dan menegosiasikan makna yang dikemas dalam bentuk suara, gambar, dan kata-kata. Literasi media digital juga berkaitan erat dengan pengembangan pemahaman yang terinformasi dan kritis mengenai sifat media massa, teknik yang digunakan, dan dampak dari teknik-teknik tersebut. Sejalan dengan terminologi UNESCO (2020), literasi digital tidak dapat dipisahkan dan mengacu pada kegiatan literasi, seperti membaca dan menulis (Putri et al., 2023).

Keterampilan literasi informasi di lingkungan digital mengarah pada kerangka kerja konseptual yang lebih luas dan mencakup keragaman keterampilan, pemahaman, norma, dan praktik. Berdasarkan penerapan literasi media digital, pembaca memiliki sikap terhadap sistem emosional yang berkaitan dengan membaca. Oleh karena itu, pembaca memiliki sikap untuk mendekati atau menghindari situasi berdasarkan hasil. Memahami sikap pembaca sangatlah penting untuk mempengaruhi tingkat keterampilan suatu individu yang pada akhirnya akan mencapai keterampilan membaca

melalui faktor-faktor yang mempengaruhi, seperti komitmen dan latihan. Sikap membaca terbentuk oleh pengalaman masa lalu yang berhubungan dengan membaca, latar belakang pendidikan, kepercayaan budaya, keberhasilan, dan kegagalan dalam membaca (Putri et al., 2023).

Perilaku kesehatan secara daring dapat dikonseptualisasikan sebagai elemen dari gaya hidup sehat. Kombinasi gaya hidup sehat dan ketidaksetaraan digital memberikan kerangka teori yang lebih luas dan menyoroti pentingnya kondisi sosial dalam mempengaruhi kebiasaan berselancar di internet, serta perilaku tersebut perlu diaplikasikan secara rutin untuk meningkatkan angka kesehatan. Kombinasi gaya hidup sehat dan ketidaksetaraan digital memberikan gambaran kerangka teori yang berguna untuk penelitian di masa depan mengenai kesenjangan sosial dan kesehatan saat ini dan berpotensi meningkatnya ketergantungan pada informasi dan teknologi komunikasi guna mendukung pencapaian masyarakat (Putri et al., 2023).

Berdasarkan penelitian King dan Lazard (2020) menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan dalam literatur tentang bagaimana individu-individu menafsirkan, bertindak, dan berinteraksi dengan jenis konten visual. Oleh karena itu, komunikasi kesehatan memiliki keterkaitan dengan unsur-unsur visual guna meningkatkan komunikasi selama krisis kesehatan di masa yang akan mendatang (Putri et al., 2023).

Kreps (2017) menunjukkan betapa pentingnya literasi kesehatan untuk merancang dan menggunakan aplikasi kesehatan digital, yaitu *mHealth*. Akan tetapi, terdapat tantangan komunikasi yang cukup serius dan harus diatasi dengan cara terbaik untuk mencapai tujuan promosi kesehatan yang penting, termasuk memastikan kesesuaian dan keefektifan pesan untuk audiens dengan kompetensi komunikasi, gaya komunikasi, dan tingkat literasi kesehatan yang berbeda. Berdasarkan hal tersebut, literasi media digital seringkali mencakup keterampilan digital untuk belajar, bekerja, bersenang-senang, dan kehidupan sehari-hari. Literasi media digital pada tiap

individu pun bervariasi tergantung pada situasi sehari-hari (Putri et al., 2023).

Referensi

- Putri, K. Y. S., Fathurahman, H., Riady, Y., Andriani, Y., & Hanifah, H. (2022). Literasi Komunikasi Kesehatan Masyarakat Indonesia Terhadap Sikap Penanganan Kesehatan Keluarga. *Communications*, 4(2), 114–134. <https://doi.org/10.21009/communications.4.2.1>
- Putri, K. Y. S., Istiyanto, S. B., Prihantoro, E., & Setiawan, B. (2023). The Effect of Health Communication on Reader Attitudes with Digital Media Literacy Antecedents. *Studies in Media and Communication*, 11(4), 1–9. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i4.5768>

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, S.Sos., M.Si adalah seorang akademisi di bidang Ilmu Komunikasi yang berfokus pada kajian literasi media, komunikasi kesehatan, dan komunikasi publik. Beliau menyelesaikan pendidikan S-1 hingga S-2 di Universitas Indonesia dengan konsentrasi Ilmu Komunikasi dan melanjutkan studi program doktoral (S-3) di Universitas Padjadjaran. Saat ini, beliau aktif sebagai pengajar sekaligus peneliti yang telah mempublikasikan

berbagai karya ilmiah di jurnal nasional dan internasional terindeks Scopus.

Publikasi internasional tersebut antara lain, *Religious Moderation in Instagram* (Heliyon, 2025, [https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440\(25\)01197-1](https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440(25)01197-1)), *Social Media or Word of Mouth: Maintaining a Healthy Lifestyle* (IJIRSS, 2024, <https://www.ijirss.com/index.php/ijirss/article/view/3296>), *Agenda Setting Strategy by Narasi TV on 2024 Election* (Studies in Media & Communication, 2024, <https://redfame.com/journal/index.php/smc/article/view/6861>), *The Effect of Health Communication on Reader Attitudes* (Studies in Media & Communication, 2023, <https://redfame.com/journal/index.php/smc/article/view/5768>), dan *The Elaboration Phase in ICT Education during COVID-19* (JSSE Research, 2021, <https://jsser.org/index.php/jsser/article/view/3043>). Sementara itu, karya di jurnal nasional terakreditasi SINTA 2 mencakup *Interplay Health Communication in New Media* (Jurnal Informasi, 2023, <https://scholarhub.uny.ac.id/informasi/vol53/iss1/7>), *Transformation of Health Communication Literacy in the Pandemic Era* (Jurnal Informasi, 2021, <https://scholarhub.uny.ac.id/informasi/vol51/iss1/5>), *The Contribution of Social Identity to Conformity in Korean Pop Fans* (Jurnal Komunikasi ISKI, 2024, <https://jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/article/view/1020>), *Changing Healthy Living Behavior in the Post-Pandemic Era* (Jurnal Komunikasi Indonesia, 2024, <https://scholarhub.ui.ac.id/jkmi/vol13/iss1/27>), dan *Crisis Communication by Erigo* (The Messenger, 2023, <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/5965>).

Selain itu, beliau juga telah menulis lebih 23 buku yang di antaranya berjudul Riset Humas (2012), Pengantar Komunikasi Bisnis (2013), Pendidikan Vokasi Komunikasi di LPT (2014), Riset Public Relations (2015), Metode Penelitian Kualitatif (2017), Teori Komunikasi (2017 & 2023), Literasi Media & Demokrasi Media (2018), Literasi Media dalam Komunikasi Politik (2019), Strategi Komunikasi & Statistik Sosial (2019), Literasi Media Bagi Kecerdasan Manusia (2019), Komunikasi Pendidikan dan Media Baru (2020), Literasi Media Pembelajaran Inovatif (2020), Audit Komunikasi (2021), Komunikasi Kesehatan (2021), Literasi Komunikasi Kesehatan (2022), Komunikasi Kesehatan dan Hoax (2022), Manajemen Media Massa (2022), Literasi Komunikasi dalam Upaya Kesehatan Masyarakat (2023), Produksi Iklan (2023), *Brand Management* (2024), Literasi Media Digital (2024) dan Manajemen Media Massa di Era Digital (2024). Kontribusi dalam dunia penelitian juga dibuktikan dengan perolehan hibah nasional dari Kementerian Ristek Dikti, yakni Hibah PDUPT 2018 untuk “Model Literasi Media Baru” serta dua Hibah PTUPT berturut-turut pada 2020 dan 2021 dengan fokus “Literasi Komunikasi Kesehatan” dan “Pengembangan Model Literasi Kesehatan”. Dengan semangat literasi, beliau berkontribusi dalam membangun wacana komunikasi publik yang sehat dan edukatif di tengah perkembangan media digital yang pesat. Kontak email: kinkinsubarsa@unj.ac.id, Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57205025978>, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1622-5189>

PENTINGNYA KEPERCAYAAN SEBAGAI FONDASI KELEMBAGAAN ASPIKOM

Rama Kertamukti

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

rama.mukti@uin-suka.ac.id

Dalam konteks kelembagaan profesional, seperti Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), kepercayaan merupakan elemen fundamental yang memengaruhi dinamika internal organisasi serta dampaknya ke luar. Kepercayaan tidak hanya menjadi pelumas sosial yang mempermudah interaksi, tetapi juga menjadi landasan utama dalam membangun legitimasi kelembagaan. Di tengah kompleksitas tantangan akademik dan dinamika sosial-politik yang memengaruhi dunia pendidikan tinggi, ASPIKOM memerlukan fondasi kepercayaan yang kokoh untuk mendorong partisipasi aktif anggota, memfasilitasi kolaborasi lintas institusi, dan menjamin keberlanjutan program-program strategis. Kepercayaan (trust) dalam konteks organisasi merujuk pada keyakinan bahwa

pihak lain akan bertindak secara konsisten, kompeten, dan beritikad baik. Dalam organisasi berbasis keilmuan seperti ASPIKOM, kepercayaan juga mencakup dimensi integritas akademik, transparansi tata kelola, dan keterbukaan terhadap kritik konstruktif. Tanpa kepercayaan, setiap inisiatif yang diluncurkan oleh organisasi berisiko tidak mendapatkan dukungan penuh dari anggota, bahkan dapat memicu konflik laten yang mengganggu koheisi organisasi.

ASPIKOM sebagai lembaga yang mewadahi program studi komunikasi di berbagai perguruan tinggi di Indonesia memiliki misi strategis, yakni memperkuat kualitas pendidikan, riset, dan pengabdian masyarakat dalam bidang komunikasi. Agar misi ini tercapai secara optimal, dibutuhkan hubungan saling percaya antara pengurus pusat, pengurus wilayah, dan anggota institusi. Kepercayaan menjadi penghubung emosional sekaligus fungsional yang memastikan bahwa keputusan organisasi diterima, dipahami, dan dilaksanakan secara kolektif. Partisipasi aktif anggota merupakan indikator utama keberhasilan sebuah organisasi. Dalam kasus ASPIKOM, partisipasi ini tercermin melalui kehadiran dalam rapat-rapat musyawarah kerja nasional, kontribusi dalam forum akademik, keterlibatan dalam program riset kolaboratif, hingga peran aktif dalam publikasi jurnal dan media asosiasi. Namun, partisipasi ini tidak dapat dipaksakan secara struktural, tumbuh dari rasa memiliki (*sense of belonging*) yang dilandasi oleh kepercayaan terhadap organisasi.

Anggota merasa bahwa kepemimpinan ASPIKOM bekerja secara transparan, inklusif, dan akuntabel, mereka akan terdorong untuk lebih aktif terlibat. Sebaliknya, apabila terdapat persepsi bahwa organisasi hanya mengakomodasi kepentingan segelintir kelompok, maka semangat partisipasi akan menurun. Oleh karena itu, pembangunan kepercayaan harus menjadi strategi utama dalam setiap agenda kelembagaan. ASPIKOM memiliki posisi strategis sebagai simpul kolaborasi antarprogram studi Ilmu Komunikasi. Namun, kolaborasi yang sehat dan produktif tidak lahir begitu saja. Ia memerlukan

prasyarat kepercayaan antarinstitusi, baik di tingkat individu (dosen-dosen ilmu komunikasi) maupun struktural (prodi, fakultas, universitas). Kepercayaan antarinstitusi ini harus dipupuk melalui komunikasi yang jujur, kesediaan berbagi sumber daya, dan kesetaraan dalam relasi kelembagaan. Contoh konkret kolaborasi berbasis kepercayaan adalah program riset tematik bersama antarprodi dari universitas berbeda, publikasi bersama dalam jurnal terakreditasi, serta kegiatan pengabdian masyarakat lintas wilayah. Melalui kolaborasi tersebut, ASPIKOM tidak hanya memperluas jangkauan dampaknya, tetapi juga menguatkan rasa saling percaya yang menjadi modal sosial utama organisasi.

Dalam ekosistem pendidikan tinggi, keberadaan asosiasi program studi merupakan salah satu instrumen penting untuk menjembatani komunikasi, kolaborasi, dan pengembangan mutu antar program studi dalam satu bidang ilmu. Asosiasi ini biasanya menjadi wadah untuk bertukar informasi, membangun jejaring akademik, menyusun standar kurikulum nasional, serta mendorong kolaborasi riset dan pengabdian kepada masyarakat lintas institusi. Di balik seluruh proses tersebut, terdapat satu nilai utama yang menjadi perekat utama dalam dinamika organisasi asosiasi, yaitu kepercayaan. Tanpa kepercayaan, fungsi-fungsi asosiasi akan berjalan secara formal dan administratif semata, kehilangan semangat kebersamaan yang sesungguhnya menjadi ruh utama keberadaan asosiasi.

Kepercayaan dalam konteks asosiasi program studi bukanlah sesuatu yang dapat dibentuk dalam waktu singkat. Ia merupakan hasil dari proses interaksi yang berkelanjutan antar pengurus dan anggota, dari berbagai latar belakang institusi, wilayah, bahkan karakter. Dalam asosiasi program studi, kepercayaan memiliki makna yang lebih kompleks dibandingkan organisasi internal di tingkat fakultas atau universitas. Hal ini disebabkan oleh keberagaman kepentingan institusional, perbedaan sumber daya, dan persepsi mengenai peran asosiasi itu sendiri. Kepercayaan menjadi alat sosial yang memungkinkan para anggota bekerja sama meskipun

memiliki konteks, visi, dan pengalaman yang berbeda-beda.

Makna kepercayaan dalam asosiasi program studi dapat dilihat dari keyakinan para anggotanya bahwa pengurus asosiasi akan bekerja dengan integritas dan semangat kolektif untuk memajukan bidang keilmuan, bukan sekadar menjalankan agenda pribadi atau institusi tertentu. Ketika anggota merasa bahwa asosiasi dikelola secara profesional, adil, dan transparan, maka mereka akan lebih terbuka untuk terlibat, menyumbangkan gagasan, hingga mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk kepentingan bersama. Sebaliknya, ketika muncul kecurigaan bahwa pengambilan keputusan didominasi oleh institusi tertentu, bahwa manfaat hanya dinikmati oleh segelintir pihak, atau bahwa asosiasi menjadi ruang eksklusif bagi kelompok tertentu, maka kepercayaan akan luntur. Akibatnya, partisipasi melemah dan asosiasi kehilangan kekuatannya sebagai motor kolektif.

Kepercayaan juga sangat erat kaitannya dengan kredibilitas. Ketika pengurus asosiasi menyampaikan agenda kerja, kebijakan, atau inisiatif strategis, anggota asosiasi akan menilainya berdasarkan rekam jejak dan konsistensi tindakan. Jika pengurus menunjukkan komitmen jangka panjang, menjaga komunikasi yang terbuka, dan bersedia mendengar aspirasi seluruh anggota tanpa memandang besar kecilnya institusi, maka kredibilitas mereka akan tumbuh dan menguatkan kepercayaan. Namun, bila pengurus hanya muncul saat kegiatan seremonial, atau menghindari isu-isu penting yang sebenarnya menjadi perhatian anggota, maka kredibilitas akan menurun dan menimbulkan jarak antara pengurus dan anggota.

Kepercayaan dalam asosiasi program studi juga memiliki dimensi kolektif. Bukan hanya antara anggota dan pengurus, tetapi juga antaranggota sendiri. Dalam banyak kesempatan, asosiasi program studi menjadi forum berbagi kurikulum, metode pembelajaran, model praktik baik (*best practices*), hingga potensi kolaborasi lintas institusi. Semua bentuk keterbukaan ini hanya mungkin terjadi ketika terdapat

rasa saling percaya di antara anggota bahwa informasi yang dibagikan tidak akan disalahgunakan atau dimanfaatkan secara tidak adil. Misalnya, ketika satu program studi membagikan model kurikulumnya yang inovatif kepada anggota asosiasi lain, ia harus percaya bahwa inovasi tersebut tidak akan diklaim secara sepihak atau dijiplak tanpa pengakuan akademik. Jika semangat berbagi ini tergerus karena hilangnya kepercayaan, maka asosiasi hanya akan menjadi ruang formal tanpa konten substantif.

Selain itu, makna kepercayaan dalam asosiasi program studi juga tampak dalam pengelolaan konflik. Dalam organisasi yang melibatkan banyak pihak, perbedaan pandangan dan kepentingan merupakan sesuatu yang tidak terhindarkan. Namun, ketika kepercayaan sudah terbangun, konflik dapat dikelola secara sehat dan konstruktif. Anggota akan berasumsi positif terhadap niat baik pihak lain dan lebih memilih jalan dialog daripada konfrontasi. Pengurus pun akan lebih mudah memediasi perbedaan karena dipercaya oleh semua pihak sebagai pihak yang netral dan adil. Dalam konteks ini, kepercayaan menjadi modal sosial yang memungkinkan asosiasi tetap solid meskipun berada dalam situasi yang kompleks dan penuh tekanan.

Di era digital saat ini, kepercayaan dalam asosiasi program studi juga diuji melalui cara asosiasi mengelola transparansi informasi, akuntabilitas keuangan, serta partisipasi dalam pengambilan keputusan. Platform digital memang memudahkan komunikasi dan distribusi informasi, namun juga meningkatkan ekspektasi akan keterbukaan dan inklusivitas. Anggota asosiasi ingin mengetahui ke mana arah gerak organisasi, bagaimana program dirancang, siapa yang dilibatkan, dan bagaimana evaluasinya dilakukan. Ketika asosiasi mampu menjawab ekspektasi ini dengan sistem yang terbuka dan dapat diakses oleh seluruh anggotanya, maka kepercayaan akan meningkat. Namun bila informasi hanya disebarikan kepada kalangan terbatas atau pengambilan keputusan dilakukan tanpa konsultasi, maka akan muncul

rasa eksklusivitas yang memudahkan rasa kepemilikan bersama. Membangun dan merawat kepercayaan dalam asosiasi program studi bukanlah pekerjaan satu kali. Ia memerlukan kepemimpinan yang visioner sekaligus inklusif, sistem komunikasi yang terbuka dan dialogis, serta budaya organisasi yang mendorong partisipasi aktif dan penghargaan atas kontribusi semua pihak. Asosiasi yang memiliki semangat gotong royong dan solidaritas lintas institusi akan mampu menciptakan budaya kepercayaan yang kokoh. Hal ini sangat penting terutama di tengah tantangan pendidikan tinggi saat ini, di mana kolaborasi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang. Dalam situasi seperti ini, asosiasi program studi yang dibangun di atas pondasi kepercayaan akan memiliki daya tahan, daya adaptasi, dan daya inovasi yang jauh lebih tinggi dibandingkan asosiasi yang dibentuk semata-mata karena keperluan administratif.

Oleh karena itu, makna kepercayaan dalam asosiasi program studi tidak boleh dipandang sebagai konsep abstrak atau etis belaka. Ia merupakan energi sosial yang menopang seluruh aktivitas asosiasi, dari yang paling teknis hingga yang strategis. Tanpa kepercayaan, asosiasi tidak akan memiliki ruh, dan tanpa ruh, organisasi akan berjalan kering dan kehilangan daya penggerakannya. Kepercayaan adalah jembatan antara keberagaman menjadi kesatuan, antara formalitas menjadi solidaritas, dan antara rutinitas menjadi inovasi. Maka, merawat kepercayaan adalah tugas utama setiap anggota asosiasi yang peduli terhadap kemajuan ilmu, profesi, dan kemanusiaan secara lebih luas.

Keberlanjutan Program: Ditopang oleh *Trust* dan Kredibilitas

Program-program unggulan ASPIKOM, seperti konferensi nasional, pendampingan akreditasi, workshop peningkatan kapasitas dosen, hingga pengelolaan jurnal, hanya dapat berjalan secara berkelanjutan jika dikelola dengan prinsip kepercayaan. Program yang dibuat dengan melibatkan

anggota, diinformasikan secara terbuka, serta dievaluasi secara partisipatif akan membangun kredibilitas dan rasa aman dalam organisasi. Sebaliknya, jika program-program hanya bersifat top-down, tidak partisipatif, atau tidak akuntabel dalam pelaporannya, maka kepercayaan anggota akan luntur. Bahkan dalam jangka panjang, ini dapat memicu disintegrasi dan menurunkan legitimasi organisasi. Untuk itu, penguatan sistem pelaporan, mekanisme evaluasi terbuka, yang profesional merupakan bentuk nyata dari pembangunan kepercayaan. Di sinilah pentingnya manajemen kelembagaan modern yang menggabungkan nilai-nilai akademik dengan tata kelola yang profesional.

Strategi Membangun Kepercayaan di ASPIKOM

1. **Transparansi dan Akuntabilitas:** Menyediakan akses informasi terbuka mengenai program, anggaran, dan hasil kegiatan.
2. **Komunikasi Dua Arah:** Membuka ruang dialog antarapengurus pusat dan anggota melalui forum daring dan luring.
3. **Representasi yang Adil:** Menjamin keterwakilan semua wilayah dan jenis institusi (negeri, swasta, PTKIN, politeknik) dalam kepengurusan.
4. **Penguatan Etika Akademik:** Menegakkan kode etik organisasi dan publikasi sebagai bentuk integritas kolektif.
5. **Pengakuan atas Kontribusi Anggota:** Memberikan apresiasi kepada anggota yang aktif berkontribusi melalui penghargaan, sertifikat, atau ruang publikasi.
6. **Pemanfaatan Teknologi Digital:** Membangun sistem informasi terpadu ASPIKOM untuk dokumentasi, komunikasi, dan koordinasi kelembagaan.

Kepercayaan bukanlah sesuatu yang instan, tetapi hasil dari proses panjang yang memerlukan komitmen, konsistensi, dan keberanian untuk terus belajar dan berbenah (Cook, 2001). Dalam konteks ASPIKOM, kepercayaan menjadi energi penggerak yang menyatukan ratusan program studi

komunikasi dari berbagai penjuru Indonesia dalam satu semangat: meningkatkan kualitas ilmu komunikasi demi kemajuan bangsa. Membangun kepercayaan berarti membuka ruang partisipasi seluas-luasnya, menciptakan mekanisme kolaborasi yang setara, serta menjamin keberlanjutan program-program strategis dengan tata kelola yang transparan dan profesional. Inilah saatnya ASPIKOM menjadi rumah bersama yang tidak hanya dihuni oleh akademisi, tetapi juga dibangun oleh kepercayaan kolektif seluruh anggotanya.

Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) telah menjadi simpul penting dalam jaringan keilmuan dan praktik ilmu komunikasi di Indonesia. Di tengah tantangan zaman yang serba digital dan cepat berubah, kehadiran ASPIKOM tidak hanya dibutuhkan sebagai institusi seremonial, tetapi juga sebagai motor penggerak perubahan sosial berbasis keilmuan. Kepercayaan terhadap kelembagaan, kolaborasi antar-institusi, serta legitimasi publik terhadap kerjasama akademik merupakan fondasi krusial dalam membangun ekosistem keilmuan yang kuat dan berkelanjutan.

Ekosistem keilmuan yang sehat menuntut adanya kepercayaan, kolaborasi, dan komitmen terhadap integritas akademik (Schiavo et al., 2022). Dalam konteks ASPIKOM, membangun kepercayaan antar-anggota menjadi kunci utama untuk menyatukan visi dan gerak langkah. ASPIKOM perlu bergerak dari posisi sebagai “penonton” dalam kebijakan riset nasional menjadi salah satu aktor yang berpengaruh. Ini membutuhkan konsolidasi internal serta pendekatan strategis terhadap lembaga-lembaga riset nasional, seperti BRIN, Kemdikbudristek, dan Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP). Beberapa langkah yang dapat dilakukan: yaitu menjadi Mitra Strategis Pemerintah, ASPIKOM harus secara aktif mengajukan diri sebagai mitra pemerintah dalam menyusun kebijakan komunikasi publik, terutama terkait isu-isu strategis seperti literasi digital, mitigasi disinformasi, komunikasi risiko, dan diplomasi budaya. Membentuk Konsorsium Riset, ASPIKOM dapat memfasilitasi terbentuknya konsorsium riset

nasional lintas kampus yang mampu mengajukan proposal kolaboratif pada skema penelitian kompetitif nasional dan internasional. Memperkuat Standar Jurnal Ilmiah, ASPIKOM sebagai rumah besar jurnal ilmu komunikasi perlu membentuk Dewan Etik dan Mutu Publikasi yang menetapkan standar tinggi terhadap kualitas editorial dan integritas ilmiah. Jurnal-jurnal anggota ASPIKOM yang lolos akreditasi nasional dan terindeks internasional akan memperkuat posisi tawar asosiasi. Representasi di Forum-forum Akademik Nasional, ASPIKOM perlu aktif menjadi bagian dalam forum-forum riset strategis nasional agar suara dan kepentingan akademisi komunikasi terdengar dan diperhitungkan. Walaupun beberapa hal sudah dilakukan tetapi memperbaiki, mengembangkan dan terus berdinamika ASPIKOM akan dilihat bukan hanya sebagai asosiasi program studi, tetapi menjadi bagian mitra strategis dalam pembangunan berbasis riset komunikasi.

Salah satu tantangan terbesar asosiasi program studi adalah stereotip bahwa kehadiran bersifat administratif bagi anggotanya, seremonial, dan terbatas pada agenda rutin tahunan. ASPIKOM harus membalik persepsi ini dengan membuktikan bahwa asosiasi program studi bisa menjadi kekuatan sosial yang relevan dan berpengaruh.

Tiga arah transformasi persepsi publik yang dapat dilakukan ASPIKOM:

1. Program Pengabdian Sosial Terstruktur: ASPIKOM dapat memprakarsai program komunikasi publik berskala nasional seperti edukasi media sehat, kampanye anti-hoaks, atau penguatan demokrasi digital melalui literasi politik. Program-program ini harus berbasis data, kolaboratif, dan menysasar komunitas akar rumput.
2. Keterlibatan dalam Isu Sosial Aktual: ASPIKOM perlu memberikan respons resmi dan ilmiah terhadap isu-isu sosial dan politik yang memerlukan perspektif komunikasi. Dengan menjadi rujukan publik, ASPIKOM akan menjadi bagian dari opini publik yang membentuk arah kebijakan.
3. *Media Engagement* dan *Digital Branding*: Melalui kanal

media sosial, video edukatif, podcast, dan kolaborasi dengan media mainstream, ASPIKOM dapat membentuk citra baru sebagai organisasi yang dinamis, kreatif, dan kontributif terhadap masyarakat luas.

Perubahan persepsi publik hanya dapat terjadi jika asosiasi ini menunjukkan kebermanfaatannya konkret. Bukan sekadar wacana, melainkan aksi yang bisa dilihat dan dirasakan masyarakat. Dalam dunia organisasi profesi, kepercayaan merupakan modal sosial yang tidak hanya penting untuk menjaga kohesi internal, tetapi juga untuk membangun kredibilitas eksternal. Kepercayaan adalah fondasi dari legitimasi, partisipasi, dan keberlanjutan program. Dalam konteks ASPIKOM, membangun kepercayaan tidak cukup dilakukan melalui narasi struktural atau retorika seremonial semata. Ia harus ditanamkan dalam pelaksanaan program-program strategis yang menyentuh langsung kebutuhan anggota dan masyarakat luas.

Publikasi Ilmiah Merupakan Wajah Intelektual Suatu Asosiasi.

Di era keterbukaan ilmu pengetahuan, kualitas dan integritas publikasi menjadi tolok ukur kepercayaan terhadap organisasi profesi. Oleh karena itu, kami menempatkan penguatan ekosistem publikasi sebagai salah satu pilar utama departemen ini. Publikasi yang terbuka, adil dalam proses review, dan terjamin kualitasnya akan menciptakan rasa percaya dari anggota dan dari komunitas akademik yang lebih luas (Frey & Cissna, 2009). Saat ini kami tengah mendorong penguatan jurnal-jurnal anggota ASPIKOM melalui pelatihan peningkatan mutu editorial, pendampingan indeksasi nasional dan internasional, serta pembentukan Dewan Etik Publikasi dan Akreditasi yang bertugas memverifikasi kualitas dan menjamin integritas proses penerbitan (Möbner, 2022). Hal ini penting karena di balik setiap artikel ilmiah terdapat proses representasi nilai, tanggung jawab etis, dan

pertanggungjawaban akademik yang jika dikelola dengan benar, akan mengukuhkan reputasi ASPIKOM sebagai asosiasi yang menjunjung tinggi standar ilmiah.

Selain publikasi, fungsi penelitian dalam organisasi profesi seperti ASPIKOM menjadi ruang strategis untuk membangun kepercayaan antaranggota sekaligus memperkuat posisi tawar asosiasi dalam ekosistem ilmu pengetahuan nasional. Namun kenyataannya, tidak semua institusi anggota memiliki sumber daya dan akses yang merata terhadap program riset kompetitif. Ketimpangan inilah yang jika tidak ditangani secara inklusif, dapat menjadi celah tumbuhnya ketidakpercayaan. Sebagai jawaban atas tantangan ini, kami menginisiasi pembentukan konsorsium riset tematik lintas wilayah. Konsorsium ini bertujuan untuk mempertemukan dosen dan peneliti dari berbagai kampus dalam satu platform kolaboratif untuk mengajukan proposal riset bersama. Selain efisiensi anggaran dan pemerataan akses, model ini juga memperkuat kohesi antaranggota dan membangun budaya akademik yang saling mendukung. Di sini, kepercayaan dibangun dari kebersediaan untuk berbagi ide, berbagi sumber daya, dan berbagi hasil. Kepercayaan bukan sesuatu yang dituntut, tetapi sesuatu yang diberikan oleh mereka yang melihat kerjanya nyata. Dan kerjanya nyata inilah yang menjadi tanggung jawab dan semangat kami. Dengan semangat gotong royong akademik, kami mengajak seluruh anggota ASPIKOM untuk bersama-sama menanam, merawat, dan memanen kepercayaan kelemabagaan sebagai modal sosial untuk menghadapi masa depan yang penuh tantangan namun juga penuh harapan.

Lebih jauh, kepercayaan dalam asosiasi juga akan terwujud dalam kualitas reflektif kolektif yang ditunjukkan melalui bentuk publikasi ilmiah. Dalam dunia akademik, publikasi ilmiah tidak hanya menjadi sarana diseminasi pengetahuan, tetapi juga menjadi wajah intelektual dari sebuah komunitas. Dalam konteks ini, publikasi ilmiah merupakan wajah intelektual suatu asosiasi. Melalui jurnal, prosiding, buku ajar, dan hasil kajian ilmiah yang dipublikasikan oleh anggota dan

pengurusnya, asosiasi memperlihatkan kualitas pemikiran, konsistensi metodologis, dan relevansi sosial dari bidang ilmu yang diwakilinya. Publikasi bukan sekadar hasil tulisan, tetapi merupakan manifestasi dari budaya akademik yang hidup dan tumbuh dalam asosiasi tersebut.

Ketika sebuah asosiasi aktif menerbitkan karya ilmiah berkualitas dan melibatkan banyak anggotanya, maka secara otomatis ia sedang membangun citra profesional yang kuat di mata publik, pemerintah, dan dunia akademik global. Publikasi yang terkurasi dengan baik mencerminkan bahwa asosiasi tersebut bukan hanya aktif secara administratif, tetapi juga produktif secara intelektual. Inilah yang membedakan asosiasi profesional sejati dengan sekadar forum koordinasi. Kepercayaan masyarakat akademik terhadap asosiasi juga akan semakin meningkat ketika publikasi yang dihasilkan tidak hanya mengulang informasi lama, tetapi mendorong pembaruan teori, pemikiran kritis, dan inovasi kebijakan. Dalam konteks ini, publikasi ilmiah juga memiliki dimensi branding. Ia menjadi wajah dari nilai-nilai yang dianut oleh asosiasi: apakah mengedepankan keilmuan yang berpihak pada masyarakat, apakah menjunjung tinggi etika penelitian, dan apakah mendorong partisipasi akademisi muda. Semua ini akan terlihat dalam nada, substansi, dan arah tulisan-tulisan yang diterbitkan. Maka tidak berlebihan jika dikatakan bahwa kualitas kepercayaan terhadap asosiasi tidak hanya dibangun dari komunikasi internal, tetapi juga dari apa yang dipublikasikan dan bagaimana asosiasi memosisikan dirinya dalam ruang publik ilmiah.

Dieradigital dan kompetitif seperti saat ini, publikasi menjadi lebih penting daripada sebelumnya. Ketika masyarakat akademik menghadapi banjir informasi, publikasi dari asosiasi yang kredibel akan menjadi rujukan penting untuk memahami perkembangan suatu disiplin ilmu. Oleh karena itu, asosiasi yang ingin menjaga kepercayaan anggotanya dan memperkuat pengaruhnya perlu memberikan perhatian serius terhadap tata kelola publikasi ilmiah—mulai dari

dewan penyunting yang kredibel, sistem peer-review yang adil, hingga upaya indeksasi dan internasionalisasi.

Membangun kepercayaan, meningkatkan posisi tawar, dan mengubah persepsi publik bukanlah proyek satu-dua tahun. Ini adalah proses jangka panjang yang memerlukan visi kelembagaan yang kuat, kepemimpinan partisipatif, dan keberanian untuk melakukan inovasi. ASPIKOM sebagai asosiasi profesi ilmu komunikasi memiliki potensi besar untuk menjadi poros utama dalam perubahan akademik dan sosial. Namun, potensi ini hanya dapat diwujudkan jika ekosistem keilmuan dibangun dengan kepercayaan, kolaborasi, dan dedikasi tinggi terhadap integritas ilmiah. Sudah saatnya ASPIKOM keluar dari sekadar forum silaturahmi akademisi/ program studi menjadi gerakan sosial berbasis ilmu pengetahuan. Jika ini terjadi, bukan hanya posisi akademik yang meningkat, tetapi kontribusi nyata terhadap bangsa akan lebih dirasakan. ASPIKOM tidak sekadar ada, tapi benar-benar *bermakna*.

Dalam dunia organisasi profesi, kepemimpinan bukan semata tentang posisi atau jabatan, melainkan tentang pengaruh, pelayanan, dan kapasitas untuk menciptakan perubahan yang berdampak. ASPIKOM sebagai organisasi payung bagi program studi ilmu komunikasi di Indonesia memikul peran strategis dalam membangun, mengarahkan, dan memfasilitasi ekosistem keilmuan yang sehat dan produktif. Dalam konteks ini, peran kepemimpinan ASPIKOM perlu direfleksikan dan diarahkan tidak hanya sebagai regulator atau pengambil kebijakan, tetapi sebagai pemimpin transformasional yang mampu membangun partisipasi, kolaborasi, dan inovasi di antara anggotanya.

Peran kepemimpinan ASPIKOM di masa depan sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk bertransformasi menjadi kepemimpinan yang partisipatif dan kolaboratif. Kepemimpinan yang tidak hanya mengarahkan dari atas, tetapi membangun dari bawah. Kepemimpinan yang tidak hanya menyusun regulasi, tetapi memfasilitasi kreativitas dan inovasi. Kepemimpinan yang tidak hanya berorientasi pada

program, tetapi pada penciptaan ekosistem ilmu komunikasi yang sehat, berkelanjutan, dan berdampak. Mengadopsi semangat partisipasi, kolaborasi, dan pelayanan, ASPIKOM akan mampu menjadi garda terdepan dalam membangun masyarakat akademik komunikasi yang progresif dan konstruktif bagi perubahan sosial. Kepemimpinan seperti inilah yang akan memperkuat jati diri ASPIKOM, bukan sekadar sebagai asosiasi administratif, tetapi sebagai rumah bersama bagi para pemikir, peneliti, dan penggerak komunikasi di Indonesia

Kepercayaan bukan dibangun dengan jargon, tetapi dengan konsistensi nilai, komitmen pada integritas, dan keberanian untuk berubah dalam program ASPIKOM. Kepercayaan, dalam konteks kelembagaan, adalah aset yang tidak dapat dibentuk dalam semalam, tidak pula hanya dilahirkan dari retorika dan jargon. Ia adalah hasil dari proses panjang yang berakar pada nilai, integritas, dan keberanian untuk melakukan transformasi yang bermakna. Dalam konteks ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi), membangun kepercayaan bukan sekadar persoalan citra atau tampilan luar kelembagaan, tetapi tentang bagaimana asosiasi ini secara konsisten menunjukkan keseriusan dalam menata arah, menjalankan program, dan menjamin keberlanjutan yang inklusif dan berkelanjutan. ASPIKOM sebagai asosiasi strategis dalam dunia pendidikan komunikasi Indonesia memikul tanggung jawab besar menjadi “Rumah Kita Bersama”.

Referensi

- Cook, K. S. (2001). *Trust In Society*. Russel Sage Foundation.
- Frey, L. R., & Cissna, K. N. (2009). Routledge handbook of applied communication research. In *Routledge Handbook of Applied Communication Research*. <https://doi.org/10.4324/9780203871645>
- Möbner, N. (2022). Databases, Science Communication, and the Division of Epistemic Labour. *Axiomathes*. <https://doi.org/10.1007/s10516-022-09638-y>

Schiavo, R., Eyal, G., Obregon, R., Quinn, S. C., Riess, H., & Boston-Fisher, N. (2022). The science of trust: future directions, research gaps, and implications for health and risk communication. *Journal of Communication in Healthcare*. <https://doi.org/10.1080/17538068.2022.2121199>

@galuhpatria

BIOGRAFI PENULIS



Dr. H. Rama Kertamukti, M.Sn. akademisi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan praktisi komunikasi visual yang telah berkiprah luas di dunia pendidikan tinggi, publikasi ilmiah, dan industri kreatif Indonesia. Dalam karier akademiknya, Dr. Rama menjabat sebagai Wakil Dekan Bidang 3 Kemahasiswaan dan Kerjasama 2024 – 2029, Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga periode 2019–2024. Di bawah kepemimpinannya, program

studi ini mengalami transformasi signifikan, termasuk dalam pencapaian akreditasi Unggul dan terakreditasi internasional FIBAA. Ia juga aktif sebagai tim akreditasi, auditor mutu internal (AMI), dan reviewer karya ilmiah di berbagai tingkatan, dari tingkat lokal kampus hingga nasional bersama DIKTIS Kementerian Agama RI.

Sebagai bagian dari komitmennya dalam pengabdian turut aktif sebagai anggota Komisi Informasi dan Komunikasi MUI DIY, serta dalam mendukung peningkatan mutu akademik, aktif sebagai editor dan reviewer di sejumlah jurnal ilmiah nasional terakreditasi Sinta 2 dan internasional bereputasi jurnal di bawah Scopus antara lain *Profetik: Jurnal Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta*, *Jurnal Komunikasi UNPAD*, *Jurnal Mediator UNISBA*, hingga *Cogent Social Sciences (Scopus)*. Ia juga menjabat sebagai Ketua Rumah Jurnal UIN Sunan Kalijaga, wadah pembinaan jurnal ilmiah di kampusnya, sejak tahun 2020. Aktif menjadi penggerak asosiasi keilmuan seperti ASIKOPTI (Asosiasi Ilmu Komunikasi Perguruan Tinggi Islam) dan ASPIKOM, serta turut membangun budaya riset dan publikasi melalui peran di APJIKI (Asosiasi Pengelola Jurnal Komunikasi Indonesia) dan Hebii (Himpunan Editor Berkala Ilmiah Indonesia). Dalam asosiasi internasional, ia menjadi bagian dari tim Asia-Pacific MeCCSA (*Media, Communication and Cultural Studies Association*) yang berbasis di Inggris. Tutut dipercaya sebagai Awarding Director di ajang Pinasthika Creative Competition (2017–2021), serta terlibat dalam kerja sama antara universitas dan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) sebagai Koordinator Bidang Kerjasama Universitas. Aktif dalam dalam organisasi seperti ADGI (Asosiasi Desainer Grafis Indonesia) dan ADI (Asosiasi Dosen Indonesia) untuk berkontribusi di berbagai bidang dan lintas disiplin.

ASPIKOM ADALAH RUMAH BERSAMA SEBUAH KENISCAYAAN

Yermia Djefri Manafe

Universitas Nusa Cendana

yermiadjefri@staf.undana.ac.id

ASPIKOM, atau Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, adalah sebuah organisasi yang menaungi institusi pendidikan tinggi yang menawarkan program studi ilmu komunikasi di Indonesia. Didirikan dengan tujuan utama untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas pendidikan komunikasi, ASPIKOM menjadi wadah kerjasama, pengembangan dan inovasi bagi institusi pendidikan tinggi di seluruh Indonesia. Didirikan untuk memperkuat dan meningkatkan kualitas pendidikan komunikasi di Indonesia. Melalui berbagai inisiatif di bidang kerja sama, pengembangan dan inovasi, ASPIKOM berperan sebagai wadah yang menyatukan institusi pendidikan tinggi di seluruh Indonesia. Asosiasi ini memastikan bahwa pendidikan komunikasi di

Indonesia tetap relevan, berkualitas dan siap menghadapi tantangan masa depan. Dengan demikian, ASPIKOM tidak hanya berfungsi sebagai lembaga formal, tetapi juga sebagai tempat bagi seluruh anggotanya untuk berkumpul, berbagi, dan berkembang bersama, berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan sumber daya manusia yang kompeten di bidang komunikasi.

ASPIKOM memainkan peran yang sangat penting dalam mengembangkan dan memperkuat pendidikan tinggi komunikasi di Indonesia. Melalui berbagai program dan inisiatifnya, ASPIKOM memastikan bahwa institusi pendidikan tinggi dapat memberikan pendidikan berkualitas yang relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat. Melalui berbagai program dan inisiatifnya, ASPIKOM memastikan bahwa institusi pendidikan tinggi di Indonesia dapat memberikan pendidikan berkualitas yang relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat. Dengan fokus pada pengembangan kurikulum, peningkatan kapasitas dosen, kolaborasi, teknologi pendidikan dan penguatan jaringan, ASPIKOM berperan penting dalam memajukan pendidikan komunikasi di Indonesia. Hal ini tidak hanya membantu menghasilkan lulusan yang kompeten dan siap pakai, tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan nasional dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang komunikasi. Dengan dukungan dan kerja sama yang kuat antar institusi, ASPIKOM memberikan kontribusi yang signifikan dalam membangun sumber daya manusia yang kompeten dan siap menghadapi tantangan global di bidang komunikasi.

ASPIKOM secara resmi merupakan asosiasi institusi pendidikan tinggi yang menawarkan program studi komunikasi di Indonesia. Secara formal, ASPIKOM membantu institusi dalam proses akreditasi dan memastikan standar pendidikan yang tinggi di antara para anggotanya. ASPIKOM bekerja sama dengan pemerintah dan badan-badan terkait untuk merumuskan kebijakan pendidikan komunikasi. Melalui

berbagai program dan inisiatif, ASPIKOM bekerja sama dengan pemerintah dan badan-badan terkait untuk merumuskan kebijakan yang dapat meningkatkan kualitas dan relevansi pendidikan komunikasi di Indonesia. Kolaborasi ini mencakup pengembangan kurikulum, standar akreditasi, penelitian dan hubungan dengan industri. Dengan cara ini, ASPIKOM memastikan bahwa pendidikan komunikasi di Indonesia mampu menjawab tantangan zaman dan memenuhi kebutuhan masyarakat dan industri. ASPIKOM juga memberikan panduan kepada institusi baru dan berkembang untuk memenuhi standar pendidikan nasional dan internasional.

ASPIKOM berfungsi sebagai tempat pertemuan bagi semua institusi pendidikan tinggi komunikasi di Indonesia. Sebagai tempat pertemuan, ASPIKOM menyatukan berbagai institusi, termasuk universitas negeri dan swasta, akademi, sekolah tinggi, dan politeknik dari berbagai daerah. Menghormati dan menghargai keberagaman anggotanya, termasuk perbedaan ukuran, latar belakang, dan lokasi geografis institusi. Mendorong para anggotanya untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan praktik terbaik melalui berbagai kegiatan, seperti menyelenggarakan acara-acara di mana para anggotanya dapat berbagi penelitian terbaru, tren industri, dan inovasi pendidikan. Menyelenggarakan pelatihan bagi guru dan pendidik untuk meningkatkan keterampilan mereka. Menyediakan ruang diskusi dan pertukaran ide antara akademisi dan praktisi komunikasi.

Sebagai pusat pengembangan, ASPIKOM berperan dalam mengembangkan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan industri dan pasar tenaga kerja. Mendukung penelitian di bidang komunikasi dan memfasilitasi publikasi hasil penelitian tersebut. Sebagai pusat pengembangan, ASPIKOM memainkan peran penting dalam mengembangkan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan industri dan pasar tenaga kerja, serta mendukung penelitian di bidang komunikasi. Dengan fokus pada kolaborasi industri, integrasi teknologi, standarisasi

kurikulum, pendanaan penelitian dan fasilitasi publikasi, ASPIKOM memastikan bahwa pendidikan komunikasi di Indonesia tetap relevan, inovatif, dan berkualitas. Upaya ini tidak hanya membantu menghasilkan lulusan yang kompeten, tetapi juga mendorong kemajuan ilmu komunikasi melalui penelitian yang berkualitas dan berdampak. Sebagai pusat pengembangan, ASPIKOM memainkan peran penting dalam mengembangkan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan industri dan pasar tenaga kerja, serta mendukung penelitian di bidang komunikasi. Dengan fokus pada kolaborasi industri, integrasi teknologi, standarisasi kurikulum, pendanaan penelitian dan fasilitasi publikasi, ASPIKOM memastikan bahwa pendidikan komunikasi di Indonesia tetap relevan, inovatif, dan berkualitas. Upaya ini tidak hanya membantu menghasilkan lulusan yang kompeten, tetapi juga mendorong kemajuan ilmu komunikasi melalui penelitian yang berkualitas dan berdampak. Mempromosikan penggunaan teknologi baru dalam pembelajaran dan penelitian komunikasi. ASPIKOM memberikan berbagai bentuk dukungan dan pendampingan kepada para anggotanya, termasuk membantu institusi dalam proses akreditasi dan peningkatan kualitas. Menyediakan akses ke sumber daya, pelatihan dan informasi terkini di bidang komunikasi. Menyediakan program pengembangan profesional.

ASPIKOM bertindak sebagai perwakilan anggotanya dalam berkomunikasi dengan pemerintah dan badan pengatur untuk membentuk kebijakan yang mendukung pendidikan komunikasi. ASPIKOM bekerja sama dengan industri untuk memastikan kurikulum yang relevan dan kesempatan kerja bagi para lulusannya. Kerjasama antara ASPIKOM dan industri memastikan bahwa kurikulum komunikasi di perguruan tinggi selalu relevan dengan kebutuhan pasar tenaga kerja. Melalui pengembangan kurikulum yang adaptif, program magang dan praktikum, serta berbagai inisiatif pengembangan karir, ASPIKOM mempersiapkan mahasiswa untuk sukses di dunia kerja. Selain itu, dukungan untuk penelitian yang relevan dengan industri dan diseminasi hasil penelitian memperkuat

hubungan antara akademisi dan praktisi, menciptakan manfaat bagi keduanya dan meningkatkan kualitas pendidikan komunikasi di Indonesia. ASPIKOM menciptakan lingkungan komunitas yang mendukung di mana para anggotanya dapat mengandalkan ASPIKOM untuk mendapatkan dukungan moral dan profesional dalam menghadapi tantangan. Menciptakan sinergi antar institusi untuk proyek-proyek bersama seperti penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

ASPIKOM sebagai sebuah organisasi tidak hanya berfungsi secara formal untuk regulasi dan akreditasi, tetapi juga sebagai tempat bagi seluruh anggotanya untuk bertemu, berbagi dan berkembang bersama. ASPIKOM tidak hanya berfungsi sebagai organisasi formal untuk regulasi dan akreditasi pendidikan tinggi komunikasi, tetapi juga sebagai tempat bagi para anggotanya untuk bertemu, berbagi, dan bertumbuh bersama. Melalui berbagai program dan inisiatif, ASPIKOM menciptakan lingkungan yang mendorong kolaborasi, pengembangan profesional, dan berbagi pengetahuan, sehingga meningkatkan kualitas pendidikan komunikasi secara keseluruhan di Indonesia. Hal ini menjadikan ASPIKOM sebagai rumah bersama yang memfasilitasi pertumbuhan dan kemajuan bersama bagi semua anggotanya. Hal ini menciptakan komunitas yang inklusif dan saling mendukung, mendorong inovasi dan pengembangan, serta memperkuat peran pendidikan tinggi ilmu komunikasi dalam pembangunan nasional. ASPIKOM sebagai 'Rumah Bersama'

Pernyataan 'ASPIKOM adalah rumah bersama' menggambarkan ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi) sebagai sebuah organisasi yang tidak hanya berfungsi sebagai institusi formal tetapi juga sebagai tempat bagi seluruh anggotanya untuk bertemu, berbagi, dan berkembang bersama. Di bawah ini adalah uraian yang menjelaskan makna dari ASPIKOM adalah rumah bersama:

1. Tempat Pertemuan yang inklusif

ASPIKOM berperan sebagai tempat pertemuan berbagai institusi pendidikan tinggi yang menawarkan program studi komunikasi di Indonesia. Ini termasuk universitas, akademi, sekolah tinggi, dan politeknik negeri dan swasta. Sebagai rumah bersama, ASPIKOM menyambut dan menyatukan semua institusi tersebut tanpa memandang perbedaan latar belakang, ukuran, atau lokasi geografis.

2. Wadah Kerjasama dan Sinergi

Sebagai rumah bersama, ASPIKOM mendorong kolaborasi dan sinergi di antara para anggotanya. Institusi dapat berbagi sumber daya, pengetahuan dan pengalaman melalui berbagai program dan kegiatan ASPIKOM. Kegiatan tersebut antara lain konferensi, seminar, lokakarya, dan forum diskusi yang mempertemukan para akademisi dan praktisi komunikasi.

3. Pusat Pengembangan dan Inovasi

ASPIKOM juga berfungsi sebagai pusat pengembangan dan inovasi di bidang pendidikan komunikasi. Melalui berbagai inisiatif seperti pengembangan kurikulum, pelatihan dosen, dan penelitian kolaboratif, ASPIKOM membantu para anggotanya untuk terus berkembang dan berinovasi. Hal ini memastikan bahwa pendidikan komunikasi di Indonesia selalu relevan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan industri.

4. Dukungan dan Bantuan

Sebagai rumah bersama, ASPIKOM memberikan dukungan dan bimbingan kepada institusi pendidikan tinggi. Hal ini termasuk bantuan dalam proses akreditasi, penjaminan mutu dan pengembangan kapasitas. ASPIKOM memastikan bahwa semua anggotanya memiliki akses ke sumber daya dan informasi yang mereka butuhkan untuk mencapai standar pendidikan

yang tinggi.

5. Wadah untuk menyuarkan aspirasi bersama

ASPIKOM berfungsi sebagai wadah bagi para anggotanya untuk menyuarkan kepentingan dan aspirasi secara kolektif. Melalui ASPIKOM, institusi pendidikan tinggi dapat berkomunikasi dengan pemerintah, industri, dan masyarakat umum mengenai isu-isu yang berkaitan dengan pendidikan komunikasi. Hal ini memperkuat posisi dan pengaruh anggotanya dalam pembentukan kebijakan dan pengambilan keputusan.

6. Komunitas yang mendukung

ASPIKOM menciptakan lingkungan yang mendukung di mana para anggotanya dapat belajar dan tumbuh bersama. Melalui berbagai program pengembangan profesional, seminar dan jaringan kolaboratif, ASPIKOM membantu para anggotanya untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan dan penelitian mereka. Anggota ASPIKOM juga dapat mengandalkan asosiasi untuk mendapatkan dukungan moral dan profesional dalam menghadapi tantangan dan perubahan.

Pernyataan ‘ASPIKOM adalah rumah bersama’ menggambarkan asosiasi ini sebagai tempat yang inklusif, kolaboratif, dan suportif untuk semua institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada studi komunikasi di Indonesia. Sebagai rumah bersama, ASPIKOM tidak hanya menyediakan wadah bagi para anggotanya untuk bertemu dan berbagi, tetapi juga menjadi pusat pengembangan, inovasi, dukungan, dan suara bersama. Dengan demikian, ASPIKOM memainkan peran penting dalam memajukan pendidikan komunikasi dan mendukung pembangunan negara secara keseluruhan.

Referensi

- Basuki M. Mukhlis. 2018. Kolaborasi Antara Universitas, Industri Dan Pemerintah Dalam Meningkatkan Inovasi Dan Kesejahteraan Masyarakat Konsep, Implementasi Dan Tantanagan. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, Volume 1 Nomor 1, juli – desember 2018
- Baby Poernomo. 2020. Peran Perguruan Tinggi Dalam Menyiapkan Pemimpin Masa Depan Menghadapi Era VUCA. *Prosiding Seminar STIAMI Volume 7, No 2*
- Isabella, Suryati, Sumi Amariena Hamim. 2023. Peningkatan Kemampuan Literasi Digital pada Mahasiswa dalam Pengembangan Organisasi dan Kepemimpinan. *JURNAL ABDIMAS MANDIRI VOLUME 7 No.2 AGUSTUS 2023*
- John B. Thompson. 1995. "The Media and Modernity: A Social Theory of the Media". Standfor University Press. California.
- Jhon Fiske. 2010. "Introduction to Communication Studies" 3rd Edition. Routledge. London
- Paulo Freire. 2020. *Pedagogy of the Oppressed*. Routledge. London
- Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto. 2004. *Manajemen Perguruan Tinggi Moderen.. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer P E R B A N A S*
- Tatik Handayani dan Angga Sisca Rahadian. 2013. Peraturan Perundangan Dan Implementasi Pendidikan Inklusif. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, Volume 39, No. 1, Juni 2013.

BIOGRAFI PENULIS

Dr. Yermia Djefri Manafe, S.Sos., M.Si., merupakan seorang akademisi dan pakar komunikasi. Beliau merupakan dosen di Universitas Nusa Cendana (Undana) Kupang. Ia juga aktif dalam berbagai peran, antara lain: Ketua Bidang Pembinaan dan Pengembangan Wilayah di ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi). Salah satu Dewan Redaksi dan Redaktur Ahli (Mitra Bestari) di Jurnal *Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* yang diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nusa Cendana. Aktif dalam penelitian dan publikasi ilmiah di bidang komunikasi, termasuk tentang komunikasi ritual, pola komunikasi organisasi, dan komunikasi kesehatan.