



LITERASI MEDIA & INFORMASI dan **CITIZENSHIP**



Penulis:

M.C. Ninik Sri Rejeki
Ranggabumi Nuswantoro
Dhyah Ayu Retno Widyastuti
Olivia Lewi Pramesti
Theresia D. Wulandari
Fransisca Anita Herawati
Irene Santika Vidiadari

Editor:

Yohanes Widodo
Mario Antonius Birowo

Prakata:

Mario Antonius Birowo



LITERASI MEDIA & INFORMASI
dan

CITIZENSHIP

Penulis:

MC Ninik Sri Rejeki
Ranggabumi Nuswantoro
Dhyah Ayu Retno Widyastuti
Olivia Lewi Pramesti
Theresia D. Wulandari
Fransisca Anita Herawati
Irene Santika Vidiadari

Editor:

Yohanes Widodo
Mario Antonius Birowo

Prakata:

Mario Antonius Birowo

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2019

LITERASI MEDIA & INFORMASI
dan

CITIZENSHIP

Editor:

Yohanes Widodo

Mario Antonius Birowo

Prakata:

Mario Antonius Birowo

Penulis:

MC Ninik Sri Rejeki

Ranggabumi Nuswantoro

Dhyah Ayu Retno Widyastuti

Olivia Lewi Pramesti

Theresia D. Wulandari

Fransisca Anita Herawati

Irene Santika Vidiadari

Perancang Sampul:

Alexander Beny Pramudyanto

Tata Letak:

Yohanes Widodo

Diterbitkan oleh

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Februari 2019

xii + 80 halaman;

15,5 cm x 23 cm

ISBN: **978-602-50218-3-1**

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 6 Yogyakarta 55281

Sambutan

Jaringan Pegiat Literasi Digital

Novi Kurnia
Koordinator Japelidi

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) adalah komunitas yang sebagian besar terdiri dari akademisi dan pegiat literasi digital yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Komunitas yang mulai beraktivitas pada tahun 2017 ini peduli pada beragam upaya untuk meningkatkan kemampuan literasi digital masyarakat Indonesia. Beragam program literasi digital dilakukan baik secara kolaboratif atau di masing-masing perguruan tinggi untuk mengatasi beragam persoalan masyarakat digital.

Salah satu pekerjaan kolaboratif Japelidi yang dilakukan tahun 2017 adalah penelitian peta gerakan literasi digital di Indonesia. Penelitian yang dikoordinatori oleh Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada (UGM) ini memetakan 342 kegiatan literasi digital dengan melibatkan 56 peneliti dari 26 perguruan tinggi. Salah satu temuan yang menarik dari penelitian ini adalah bahwa ragam yang sering dilakukan dalam kegiatan sosialisasi digital adalah sosialisasi. Sedangkan kelompok sasaran yang paling sering menjadi target beragam gerakan literasi digital adalah kaum muda.

Untuk mendiskusikan hasil penelitian Japelidi sekaligus memetakan berbagai isu terkini terkait literasi digital di Indone-

sia, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) menyelenggarakan Konferensi Nasional Literasi Digital pada tanggal 12 September 2017. Konferensi ini diikuti oleh 30 pemakalah dan 200 peserta. Lebih separuh dari makalah yang disampaikan dalam konferensi ini sudah dan akan diterbitkan di Jurnal Informasi UNY.

Berbeda dengan kegiatan pada tahun 2017 yang memfokuskan pada kegiatan penelitian dan konferensi, pada tahun 2018 Japelidi melakukan program penerbitan serial buku panduan literasi digital. Untuk itu, selain mengadakan serial rapat pra-workshop di Yogyakarta pada tanggal 21 dan 22 Maret 2018, Japelidi menyelenggarakan workshop penulisan pedoman buku literasi digital pada tanggal 27 dan 28 April 2018. Workshop yang dijamu oleh Universitas Lambung Mangkurat (Unlam) ini diikuti oleh 30 peserta dari 13 perguruan tinggi di Indonesia dari 9 kota. Salah satu hasil workshop ini adalah perumusan 23 proposal buku panduan literasi digital yang akan disusun dan diproduksi oleh 23 perguruan tinggi dari 11 kota.

Tujuan dari penerbitan serial buku panduan Japelidi ini adalah menyediakan pustaka yang memadai sekaligus aplikatif sehingga bisa diterapkan secara langsung oleh kelompok sasaran yang dituju. Dengan begitu, buku-buku tersebut bisa dimanfaatkan untuk baik akademisi, pegiat maupun kelompok sasaran kegiatan literasi digital.

Atas terbitnya serial buku panduan literasi digital Japelidi, kami mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas bantuan seluruh pihak yang terlibat. Semoga buku-buku ini berhasil menjadi bagian dari peningkatan kemampuan literasi digital masyarakat Indonesia. []

SAMBUTAN

Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi

Dedy Permadi
Ketua Umum Siberkreasi

Kemajuan teknologi menciptakan disrupsi pada kehidupan sehari-hari, mulai dari otomatisasi yang mengancam ragam mata pencaharian, hingga bagaimana masyarakat mencerna dan mengabarkan informasi. Dewasa ini, lebih dari setengah populasi di Indonesia terhubung Internet. Angka penetrasi Internet makin tinggi dari tahun ke tahun. Eric Schmidt, insinyur dari Google, bahkan memprediksi pada 2020 seluruh manusia di dunia akan *online*.

Sayangnya, kemajuan inovasi digital dan kemudahan mengakses Internet belum diiringi dengan kualitas sumber daya manusia yang memadai. Bak air maupun api, teknologi bisa dilihat sebagai anugerah sekaligus ancaman. Jika tidak dikelola dengan baik dan tidak dimanfaatkan dengan bijaksana, ia bisa jadi sangat berbahaya. Maka dari itu, Seri Buku Literasi Digital hasil kolaborasi para pemangku kepentingan multisektoral ini kami anggap perlu kembali diluncurkan ke publik.

Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi berterima kasih pada para mitra yang tanpa lelah mencurahkan waktu dan tenaga untuk mengedukasi masyarakat. Kedewasaan, kecakapan, dan keamanan dalam menggunakan media digital sangat perlu diperjuangkan. Di balik jutaan kesempatan bagi masyarakat Indonesia pada era transformasi digital, terdapat masalah serius

yang sama banyaknya, mulai dari penyebaran konten negatif, seperti perundungan siber, ujaran kebencian, radikalisme daring, ketergantungan pada gawai, eksploitasi seksual dan pornografi; hingga keterbatasan kompetensi dasar menuju revolusi industri 4.0. Kami percaya bahwa pendidikan adalah pilar paling penting untuk mencegah dan menanggulangi potensi ancaman yang ditimbulkan oleh penyimpangan pemanfaatan teknologi.

Literasi digital telah menjadi keharusan yang mendesak dilakukan dalam skala nasional secara masif, komprehensif, dan sistematis. Presiden Joko Widodo dalam pidato pada Sidang Tahunan MPR RI 2018 secara khusus mendorong institusi pendidikan untuk lekas beradaptasi di era revolusi industri 4.0, salah satunya dengan memantapkan kemampuan literasi digital. Sembari mengawal proses tersebut, Siberkreasi merasa perlu menyatukan pegiat literasi digital dari berbagai disiplin ilmu dan sektor untuk menyediakan sumber ilmu yang berkualitas, mudah dijangkau, serta bebas biaya.

Sasaran literasi digital perlu diperluas, sehingga dalam Seri Buku Literasi Digital kali ini kami dengan bangga mempersembahkan terbitan dari pelbagai kontributor dari bidang keahlian yang majemuk. Tema-tema literasi digital, antara lain: tata kelola digital, pola asuh digital, ekonomi digital, gaya hidup digital, dan kecakapan digital; dapat ditemui untuk dipelajari serta disebarluaskan ke khalayak ramai. Kami harap, para orang tua, siswa, anak-anak, hingga pemerintah daerah, dapat mengambil manfaat penuh dari rangkaian terbitan ini.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih pada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam peluncuran Seri Buku Literasi Digital 2019. Untuk para pembaca, kami sampaikan selamat menjumpai ilmu baru dan jangan segan menjadi duta literasi digital bagi sekitar. []

PRAKATA

Literasi Media dan Informasi dan Citizenship

Mario Antonius Birowo

Peradaban manusia berjalan seiring perkembangan (teknologi) komunikasi. Setiap perkembangan membawa dampaknya sendiri. Demikian pula ketika teknologi digital hadir membawa era baru yang tidak terbayangkan sebelumnya. Kejutan-kejutan bermunculan ketika era digital hadir di masyarakat kita.

Era digital mengubah bagaimana masyarakat menggunakan informasi untuk berbagai kebutuhannya, termasuk dalam berhubungan dengan orang lain di masyarakat. Teknologi memungkinkan informasi sangat mudah diperoleh dan disebarkan oleh setiap individu. Hal ini menyebabkan individu memiliki kekuasaan besar untuk mengelola informasi yang dimilikinya.

Informasi sangat vital bagi setiap individu menentukan sikap dan tindakannya, termasuk terkait dengan fakta bahwa setiap individu hidup dalam relasinya dengan individu lain, di mana akan ada persoalan bersama yang bersinggungan dengan hak dan kewajiban. Karena itu, kemampuan pengelolaan informasi menjadi penting untuk dipelajari agar informasi menjadi alat untuk kesejahteraan manusia.

Mengapa Literasi Media dan Informasi (LMI) terkait dengan *Citizenship*? Setiap peradaban bergantung pada tersedianya pengetahuan yang disebarakan di antara masyarakat. Kualitas pengetahuan masyarakat tidak bisa terlepas dari informasi yang ada, sehingga bagaimana informasi dikomunikasikan dan diakses berperan penting bagi eksistensi suatu masyarakat.

Dalam konteks politik, bangsa Indonesia telah berkomitmen membangun sistem demokrasi yang menghargai setiap hak dan kewajiban individu secara bersamaan. Kita menyadari bahwa pada sistem demokrasi, pengambilan keputusan berdasar informasi yang ada, sehingga bisa dibayangkan jika informasi yang ada berisi data yang tidak benar! Ketika informasi diletakkan dalam konteks demokrasi, maka era digital harus bermanfaat bagi upaya memudahkan partisipasi setiap individu di dalam negara.

Literasi media dan informasi adalah pendidikan seumur hidup (*lifelong education*). LMI memberdayakan masyarakat di setiap langkah kehidupannya, membantu pengembangan dirinya guna mencapai kehidupan yang lebih baik secara sosial dan politik. Karena itu, LMI menjadi kebutuhan dasar di era digital. Dengan kata lain pada dasarnya literasi media dan informasi bertujuan sebagai alat perubahan sosial ke arah yang lebih baik dalam berhubungan dengan dunia media dan informasi digital.

Batasan jenis pendidikan sangat luas, termasuk soal *citizenship* di mana setiap warga negara perlu berpartisipasi dalam persoalan media dan informasi. Warga negara harus memiliki kompetensi (*knowledge, skills and attitudes*) untuk berhubungan dengan media dan informasi. Tujuan utama dari kompetensi di atas adalah mewujudkan warga negara yang partisipatif di dalam persoalan sosial-politik. LMI menawarkan seperangkat kompetensi yang diperlukan bagi warga untuk berhubungan dengan

situasi yang kompleks dari pesan media dan sumber informasi yang tersedia bagi mereka.

Media dikenal secara luas sebagai alat bantu bagi warga negara untuk mengambil keputusan yang berbasis informasi. Dalam konteks ini, informasi menjadi “darah” bagi kehidupan masyarakat dan media adalah urat nadi demokrasi. Karena itu menjaga informasi yang benar serta menjadi media yang bebas merupakan hal yang sangat mendasar. Inilah alasan mengapa literasi media dan informasi sangat penting bagi setiap warga negara.

Berangkat dari kegelisahan di atas, maka buku ini hadir. Buku ini merupakan salah satu produk dari pengembangan materi kuliah serta kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FISIP UAJY). Buku ini ditujukan bagi kelompok remaja, yang secara sengaja dikaitkan dengan persoalan sosial-politik karena sesuai dengan bidang kajian keilmuan FISIP UAJY, khususnya di Prodi Ilmu Komunikasi.

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY secara khusus memasukkan mata kuliah LMI dalam kurikulum terbaru (2017). Mata kuliah ini hadir berdasarkan pertimbangan bahwa mahasiswa perlu mendekati literasi media dan informasi dengan lebih spesifik agar mereka bisa memahami lebih konkret pentingnya LMI dengan bidang profesi yang mereka geluti. LMI bertujuan untuk membangun *critical thinking* terkait dengan berbagai kasus yang bisa ditemui di masyarakat. Kasus-kasus tersebut antara lain menjadi tema dalam bab-bab di buku panduan ini.

Pendekatan tematik ditujukan untuk kebutuhan khusus, dengan mempertimbangkan berbagai isu yang ada di masyarakat.

Tujuannya membangun kesadaran, *critical thinking* akan peran media di dalam mengkonstruksi pesan-pesan tertentu. Misal soal bias gender di media, mitos kesehatan, bencana, iklan yang merugikan kesehatan, seperti rokok, alkohol, *junk food*, dan lain-lain.

Tematik lebih cocok untuk kelompok *advance* atau usia mahasiswa, di mana mereka 'sudah memiliki' pengetahuan umum dalam literasi media. Tematik juga cocok untuk mempertajam kesadaran profesi tertentu, misal jurnalisme, public relations dan iklan.

Kemungkinan lain yang bisa dipikirkan adalah tematik merupakan bagian dari panduan, di mana tematik berfungsi sebagai contoh kasus atau fokus kegiatan literasi dengan segmen tertentu. Misal ketika literasi untuk ibu-ibu, maka persoalan yang bisa diangkat berupa kesehatan reproduksi, gender, perlindungan perempuan dan anak.

Di atas itu semua, buku ini ditujukan bagi kelompok remaja yang saat ini dikenal sebagai generasi millennial. Penggunaannya dapat dalam bentuk satu paket perkuliahan atau pertematik jika ditujukan untuk keperluan khusus, misalnya LMI dan Politik diberikan untuk pemilih pemula, agar mereka *aware* tentang kemungkinan munculnya hoax dalam proses Pemilu.

Kelebihan buku ini adalah kebaruan cakupan yang memasukkan literasi informasi di dalam konteks literasi media. Umumnya pembahasan hanya berpusat pada literasi media. Mengingat keduanya tidak bisa dipisahkan, maka kami menggunakan konsep literasi media dan informasi seperti usulan UNESCO.

Agar isi buku ini relevan buat remaja, maka kami mengembangkannya berdasar materi yang diberikan di ruang kuliah. Diskusi dari ruang kuliah yang diperoleh oleh para nara sumber

serta kekayaan pengetahuan yang mereka kembangkan, membuat materi buku ini kaya akan ragam perspektif.

Isi Buku

Bab 1: LMI dan Dialog Antarbudaya (Multikulturalisme dan citizenship). Bab ini membahas peran LMI dalam mempromosikan kehidupan multikulturalisme. Indonesia sebagai negara multikultural, tidak terlepas dari isu-isu di media yang berpotensi mengganggu hubungan antar warga negara. Penulis membahas beberapa aspek pokok seperti pengertian multikulturalisme, pentingnya kesadaran multikulturalisme bagi generasi millennial, problem yang muncul di media terkait multikulturalisme, sikap dan tindakan yang perlu dimiliki remaja di dalam penggunaan media untuk mendukung multikulturalisme (terkait potensi media untuk kampanye multikulturalisme).

Bab 2: LMI dan Politik: Pemilu. Bab ini membahas penggunaan media dalam proses pemilu, di mana masing-masing pihak memaksimalkan potensi media untuk mempersuasi calon pemilih dan menyuarakan pandangan politiknya. Persoalan muncul ketika dalam suasana hangat, ada pihak-pihak yang memancing di air yang keruh, menggunakan media secara tidak etis. Mereka menggunakan media untuk menghujat, memanipulasi fakta, menyesatkan informasi dan melontarkan kampanye hitam, juga membuat hoax. Kapasitas dalam LMI membantu para calon pemilih untuk menentukan pilihannya.

Bab 3: LMI dan Gender. Bab ini membahas potensi bias gender di dalam pemberitaan media. Perempuan sering menjadi korban dalam pemberitaan kekerasan dan seksual, di mana perempuan menjadi objek eksploitasi media. Bias gender, seperti bias lainnya, akan memunculkan sikap dan perilaku yang tidak

adil terhadap pihak yang terkena. Karena itu kesadaran untuk terhindar dari bias gender perlu dimiliki oleh remaja.

Bab 4: LMI dan Kebebasan Berekspresi. Kebebasan berekspresi merupakan bagian dari hak asasi manusia. Keberadaan atau eksistensi manusia dapat dijamin dari adanya kebebasan ini karena melalui kebebasan berekspresi, kedaulatannya sebagai manusia akan dihargai. Kebebasan ini ditandai dengan kebebasan mengeluarkan pendapat di muka umum. Bahkan salah satu perwujudannya adalah dasar bagi adanya kebebasan pers.

Bab 5: LMI dan Konglomerasi Media (Etika Media). Demokrasi dapat terjaga jika terdapat pers yang bebas sehingga pers bisa menyuarakan kebenaran, termasuk kontrol terhadap pemegang kekuasaan. Karena posisi penting itu, pers ditempatkan sebagai pilar keempat demokrasi. Tidak mengherankan jika ancaman terhadap kebebasan pers berarti ancaman terhadap demokrasi. Namun kebebasan ini terancam tidak hanya oleh pihak eksternal di perusahaan pers, tetapi juga dari dalam, yaitu dari pemiliknya. Mengingat pemilik berpotensi memengaruhi suara pers, maka dominasi kepemilikan pers (konglomerasi media) dapat dipandang akan mengganggu etika pers sehinggabias dalam penyajian fakta.

Bab 6: LMI dan Iklan. Media swasta hidup dari pemasukan dana iklan. Pada titik ini, godaan muncul untuk menerima iklan tanpa berpikir panjang soal isi pesan iklan. Karena itu iklan bisa mengancam orientasi media untuk melulu ke komersialisme (profit oriented). Sejatinya iklan dapat membantu masyarakat untuk menemukan produk yang dibutuhkannya. Remaja sebagai salah satu kelompok sasaran iklan perlu memiliki kompetensi untuk mencerna isi pesan iklan.

Bab 7: LMI dan Kesehatan. Seiring dengan kemudahan akses ke Internet, informasi tentang kesehatan sangat banyak tersedia. Media merupakan saluran yang penting bagi sosialisasi informasi kesehatan. Literasi media dan informasi dapat membantu masyarakat dalam memperbaiki kondisi kesehatannya. Berbagai informasi kesehatan terentang dari kebutuhan informasi untuk menjaga dan meningkatkan kebugaran, pengetahuan kesehatan reproduksi, hingga ke penyembuhan penyakit-penyakit tertentu. Tidak semua informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan, bahkan beberapa bersifat mitos yang kebenarannya patut dipertanyakan. Adapula misinformasi tentang kesehatan yang dapat membahayakan/memperparah kondisi kesehatan yang bersangkutan.

Buku ini masih banyak kekurangan, namun dengan hadirnya buku ini kami percaya bahwa kami sudah membuka rintisan untuk membangun literasi media dan informasi secara sistematis bersama-sama dengan teman-teman pegiat Literasi Digital di Indonesia (JAPELIDI). Kami sadar bahwa dorongan semangat dari teman-teman penulis, tim editor, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi serta para pegiat maka membuat buku ini terbit.[]

Daftar Isi

Sambutan - Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi)	i
Sambutan - Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi	iii
Prakata: Literasi Media & Informasi dan Citizenship - Mario Antonius Birowo	v
Daftar Isi	xii
Bab 1: LMI dan Dialog Antarbudaya - MC Ninik Sri Rejeki	1
Bab 2: LMI dan Politik: Pemilu - Ranggabumi Nuswantoro	14
Bab 3: LMI dan Gender - Dhyah Ayu Retno Widyastuti	24
Bab 4: LMI dan Konglomerasi Media - Theresia D. Wulandari	33
Bab 5: LMI dan Kebebasan Berekspresi - Olivia Lewi Pramesti	44
Bab 6: LMI dan Iklan - Fransisca Anita Herawati	56
Bab 7: LMI dan Kesehatan - Irene Santika Vidiadari	67
Profil Penulis	76
Profil Editor	80

BAB 5

LMI dan Kebebasan Berekspresi

Olivia Lewi Pramesti

Berkomunikasi lewat media sosial tampaknya menjadi candu bagi masyarakat Indonesia. Generasi milenial ini terkenal dengan sebutan generasi melek teknologi. Generasi ini menjadikan teknologi khususnya internet sebagai kebutuhan pokok sehingga pola pikir, nilai, serta perilaku banyak dipengaruhi oleh internet.

Riset Asosiasi Jasa Pengguna Internet Indonesia (APJII) pada 2017, dari 143,26 juta pengguna, 89,35% pengguna menggunakannya untuk chatting. Chatting meliputi penggunaan media sosial, unduh gambar/video, lihat gambar/video, serta mesin pencari. Tak hanya itu, riset dari *We Are Social* pada 2018, Youtube menempati posisi pertama dengan 43%, Facebook sebanyak 41%, WhatsApp sebanyak 40%, Instagram sebanyak 38% , dan Line sebanyak 33% (Pertiwi, 2018)

Fasilitas yang disediakan oleh media sosial memang menggiurkan. Didukung paket data internet yang terjangkau, pengguna bisa berkomunikasi secara langsung dan interaktif dengan jarak tak terbatas. Pengguna dapat berkirim komentar secara langsung dengan berbagai bentuk emoticon-nya. Video call pun dapat dilakukan setiap saat hanya bermodal jaringan internet yang baik. Tak hanya itu, bila pengguna ingin mendokumentasikan aktivitas sehari-hari dengan video, media sosial seperti Instagram

pun menawarkan *Instastory*.

Pencarian informasi pun mudah dilakukan di media sosial. Informasi berita misalnya, instansi sudah banyak menggunakan Youtube, Facebook, Instagram, hingga Line untuk menyebarkan berita. Umpan balik berupa tanggapan atas informasi pun langsung bisa terjadi. Selain informasi berita, informasi hiburan seperti kegiatan travelling, bisnis, dan lainnya pun dapat dengan mudah diperoleh di media sosial.

Cohen (2011) menyatakan karakteristik media sosial adalah sebagai berikut.

1. Memiliki variasi konten yaitu teks, video, foto, audio, PDF dan powerpoint.
2. Banyak media sosial menggabungkan berbagai variasi konten menjadi satu.
3. Memungkinkan adanya interaksi ke berbagai platform melalui sosial sharing, email, dan feed.
4. Melibatkan banyak pengguna untuk dapat berkomentar di jejaring media sosial secara real time.
5. Memfasilitasi peningkatan kecepatan dan penyebaran informasi yang luas.
6. Menyediakan komunikasi timbal balik antar perorangan ke perorangan, perorangan ke banyak orang, dan banyak orang ke banyak orang.
7. Komunikasi dapat dilakukan melalui komputer, tablet, atau ponsel.

Media Sosial dan Generasi Milenial

Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan masing-masing media sosial tak hanya dirasakan kalangan tertentu saja. Semua masyarakat dari berbagai usia pun merasakan manfaatnya.

Salah satunya adalah generasi milineal (kisaran usia 19-34 tahun) yang menjadi pasar terbesar pengguna internet di Indonesia yang mencapai 49,52%. Generasi mileneal ini terkenal dengan sebutan generasi melek teknologi. Generasi ini menjadikan teknologi khususnya internet sebagai kebutuhan pokok sehingga pola pikir, nilai, serta perilaku banyak dipengaruhi oleh internet. (Ali & Purwandi, 2016).

Riset dari Alvora Research Center tentang Indonesia 2020: The Urban Middle-Class Millennials (Ali & Purwandi, 2016, h. 18) mendeskripsikan soal karakter generasi milenial. Generasi milineal memiliki tiga ciri yaitu 3C (*Creative, Connected, Confidence*). *Creative* berkaitan dengan ciri generasi ini yang berpikir kreatif (*out of the box*), *connected* yang berarti pandai bersosialisasi khususnya di dunia maya, dan *confidence* di mana mereka berani untuk mengemukakan pendapat di depan umum.

Konsep ketiga yakni confidence sejalan dengan hak kebebasan berekspresi di dunia maya. Hak kebebasan berekspresi adalah hak yang dimiliki individu. Di Indonesia, hak ini diberikan oleh negara dan tertuang dalam pasal 28 UUD 1945. Dalam pasal tersebut disebutkan soal kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan, ditetapkan dengan undang-undang. Di dunia internasional, hak ini juga diakui dan dijamin oleh Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) tahun 1948.

Hak kebebasan berekspresi (Elsam, 2013, h. 17) dilihat dari dua hal, yakni hak untuk mengakses, menerima, dan menyebarkan informasi, serta hak mengekspresikan diri lewat media apapun. Sementara itu, di Indonesia, hak penyebaran informasi juga diatur dalam UU khusus yakni UU No.19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan atas UU No.11 Tahun 2008 tentang Infor-

masi dan Transaksi Elektronik (ITE). UU ini mengatur penyebaran informasi elektronik hingga sanksi pidana bagi yang melanggar. Sanksi pidana ini akan dikenakan pada pengguna yang dengan sengaja menyebarkan konten yang dilarang UU. Berikut ini adalah konten yang dilarang menurut UU.

Tabel 1 Konten yang Dilarang menurut UU

	Konten yang Dilarang	Jenis Konten
1.	Konten kesusilaan	Pornografi anak, pornografi dewasa, perjudian, penganiayaan hewan, eksploitasi anak, perdagangan anak, penyalahgunaan narkotika, aborsi ilegal, dll.
2.	Konten penghinaan/pencemaran nama baik	Penistaan (mencela), fitnah(perkataan bohong tanpa kebenaran), penghinaan dengan sarkasme (cemoohan/ejekan kasar).
3.	Konten kebencian berdasarkan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)	Menjelekkan orang lain berdasarkan SARA, stereotipe, pendapat buruk terhadap rasa tertentu, menghina agama tertentu.
4.	Konten kekerasan/ menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi	Perkelahian, ancaman pada pihak lain, bullying, persekusi (penganiayaan/pemburuan sewenang-wenang terhadap seseorang/ sejumlah warga yang kemudian disakiti, dipersusah atau ditumpas).

Sumber: Olahan pribadi

Perilaku di media sosial yang diatur oleh Undang-undang juga memiliki sanksi dan dapat dijerat hukum. Berikut sanksi dari UU ITE No.19 Tahun 2016.

Tabel 2 Sanksi Menurut UU ITE No.19 Tahun 2016

Pasal ITE	Pelanggaran	Hukuman
Pasal 27	Kesusilaan Perjudian Penghinaan Pemerasan	Maksimal 6 tahun penjara Denda Rp 1 M
Pasal 28	Berita palsu/hoax Ujaran kebencian	Maksimal 6 tahun penjara
Pasal 29	Pengancaman	Maksimal 4 tahun penjara Denda Rp 750 juta
Pasal 30	Akses Ilegal	Maksimal 7 tahun penjara Denda Rp 700 juta
	Pencurian Data Elektro	Maksimal 7 tahun penjara Denda Rp 700 juta
	Peretas Sistem Data	Maksimal 8 tahun penjara Denda Rp 800 juta

Sumber: Setiawan (2018)

Banyak kasus terjadi di Indonesia terkait penyebaran konten terlarang ini. Sanksi pun diberikan secara tegas ketika melanggarnya. Berikut contoh kasus-kasus terkait penyebaran konten terlarang dan sanksinya.

Tabel 3 Contoh Kasus Penyebaran Konten Terlarang di Indonesia dan Sanksinya

	Kasus	Deskripsi	Sanksi
1.	Prita Mulyasari (2009)	Ibu rumah tangga asal Tangerang yang mengeluh pelayanan RS Omni Internasional. Prita menuliskan keluhan lewat email pribadi namun tersebar luas di dunia maya. Pihak RS tidak terima dan melaporkan Prita	Vonis 6 bulan penjara dengan masa percobaan 1 tahun
2.	Ariel Peterpan (2010)	Video mesum Ariel Peterpan dan Luna Maya yang tersebar di dunia maya	Vonis 3,5 tahun penjara dan denda Rp 250juta
3.	Ahmad Dhani (2017)	Artis Ahmad Dhani menyebarkan kebencian terhadap kelompok pendukung Ahok melalui akun Twitternya	Pelanggaran Pasal 28 Ayat (2) juncto Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE.
4.	Siti Sundari (2017)	Wanita berusia 51 tahun yang berprofesi dokter ini menghina istri panglima TNI, Marsekal Hadi Tjahjanto dengan kalimat, "Kita Pribumi Rapatkan Barisan. Panglima TNI yang baru Marsekal Hadi Tjahyanto bersama istri Lim Siok Lan dengan 2 anak cewek cowok, anak dan manta sama-sama di Angkatan Udara	Terancam hukuman penjara 6 tahun
5.	RJ (nama samaran) (2018)	RJ (16 th) menghina Presiden Joko Widodo dalam video berdurasi 19 detik di akun instagram @jojo_is-mayaname yang dibuat bersama temannya. RJ memegang foto presiden sambil bertelanjang dada. Ia menunjuk-nunjuk ke arah foto Jokowi, sambil melontarkan kalimat berisi hinaan, ujaran kebencian, dan ancaman pembunuhan terhadap Jokowi. Ia pun menantang Jokowi untuk mencari dirinya dalam 24 jam. Jika tidak menemukan, dia menyatakan dirinya sebagai pemenang.	Permohonan maaf lewat media massa

Sumber: Olahan pribadi

Kasus di atas mencerminkan bahwa kebebasan berekspresi di dunia maya tidak bisa dianggap hal sepele. Meskipun bebas, namun kita harus dapat mempertanggungjawabkan pendapat atau informasi yang kita sampaikan. Dengan begitu, kita harus memikirkan dengan baik-baik konten apa yang akan diunggah di media sosial kita.

Berekspresi di Media Sosial

Sepanjang 2017, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat terdapat 13.829 konten negatif berupa ujaran kebencian, 6.973 berita bohong, dan 13.120 konten pornografi yang tersebar di media sosial. Hingga 18 September 2017, pemerintah telah memblokir 782.316 situs bermuatan konten negatif (Erdianto, 2017). Di berbagai media, pemerintah mendengarkan soal penyebaran konten positif di internet. Bahkan Google pada 2018 rela memberikan dana sebesar Rp 12,5 miliar untuk Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk mengembangkan konten positif di Indonesia.

Menurut KBBI, definisi konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan definisi positif menurut KBBI adalah bersifat nyata dan membangun. Dapat disimpulkan bahwa konten positif adalah informasi melalui media atau produk elektronik yang bersifat nyata dan membangun. Konten positif sangat dibutuhkan di media sosial karena akan bermanfaat dalam banyak hal.

Martin (2017) menyebutkan pentingnya konten positif di media sosial:

1. *Merasakan kebahagiaan.* Sherrie Bourg Carter, psikolog dan penulis asal Florida mengatakan kekacauan merangsang indera untuk bekerja lebih. Tanpa kekacauan dan bahasa

sarkasame, kita akan lebih sering tersenyum.

2. *Tumbuhnya rasa percaya diri.* Dengan membagi posting dengan pesan yang membangun dan mengandung kebaikan, membuat rasa kemanusiaan dan percaya diri meningkat
3. *Terbebas dari cerita (melibatkan konflik dan emosi) yang tidak penting.* Semakin kita bisa menghapus cerita yang membuat racun di tubuh kita, maka kita tidak akan terikat dengan drama/cerita yang tidak penting.
4. *Menarik banyak orang positif.* Semakin dipenuhi rasa optimis dan positif, maka akan banyak mendapatkan energi positif dari orang-orang sekitar.
5. *Produktivitas meningkat.* Jika berfokus pada pada kehidupan yang baik, maka akan memiliki upaya untuk mencapai tujuan. Kreativitas dan produktivitas akan meningkat seiring dengan pikiran positif.
6. *Bernafas dengan mudah.* Kemampuan membersihkan racun media sosial akan membuat lebih santai dan siap menghadapi tantangan berikutnya.
7. *Menemukan diri dan sedikit mengkritik/mengurusi privasi orang lain.* Melihat konten positif, membuat kita tidak banyak mengurus privasi orang lain dan lebih berorientasi pada pengembangan diri.
8. *Penampilan diri meningkat.* Terlalu sering melihat konten negatif di sosial media membuat suasana hati akan berubah. Dengan melihat dan mencerna konten positif, maka penampilan diri akan semakin meningkat
9. *Lebih bersyukur.* Melihat hal positif, menjadikan kita lebih bersyukur akan hidup.
10. *Menjadi lebih baik.* Melihat konten positif yang menginspirasi membuat lebih empati dan tidak mementingkan diri.

Setelah tahu manfaatnya, maka penting untuk tahu apa saja konten positif yang bisa kita unggah di media sosial. Inilah konten-konten positif yang bisa kita unggah di media sosial (Ayun-tingtyas, 2017).

1. Konten inspiratif: berisi konten yang menginspirasi orang lain untuk bisa melakukan hal positif/ kebaikan. Konten inspiratif ini misalnya berkaitan dengan:
 - Pengalaman pribadi : travelling di suatu tempat, menikmati kuliner unik, perjalanan sukses diri atau orang lain, dan lainnya.
 - Foto: foto tempat wisata unik serta kuliner, foto aktivitas menarik, dan lainnya.
 - Prestasi sekolah: prestasi teman atau sekolah yang membanggakan sekolah
2. Konten informasi: berisi informasi yang dibutuhkan orang lain.
 - Berita terbaru : menyertakan link berita, melaporkan sendiri kejadian yang dilihat
 - Beasiswa
 - Event: pameran pendidikan, pameran kesenian, dan lainnya.
 - Review : melakukan review dari buku, film, makanan, tempat wisata, dan lainnya.
3. Konten edukatif: berisi konten mendidik yang dapat menambah pengetahuan orang lain.
 - Tutorial/tips
 - Hasil riset
 - Opini tentang suatu hal
4. Konten menghibur: berisi konten ringan yang sifatnya menghibur.

- Video lucu yang tidak mengandung unsur kekerasan, penghinaan, SARA
- Meme lucu yang tidak mengandung unsur kekerasan, penghinaan, SARA
- Komik
- Tebak-tebakan

Konten positif yang diunggah di media sosial bisa ditambahkan dengan fitur-fitur menarik seperti infografis, video, serta gambar-gambar menarik. Tentu saja kemampuan editing juga perlu ditingkatkan untuk menghasilkan konten yang menarik.

Berikut tips aman berekspresi di dunia maya:

1. Tidak mengunggah konten terlarang seperti penghinaan, kekerasan, pencemaran nama baik, kesusilaan, serta menebar ujian kebencian.
2. Unggahlah konten positif yang membangun dan bermanfaat bagi lingkungan sekitar.
3. Bila ingin mengkritik orang lain, kritiklah pada kebijakan yang ia buat. Jangan mengkritik personal atau urusan pribadi.
4. Jangan terlalu mengumbar masalah pribadi di media sosial. Hati-hati mengumbar informasi pribadi di media sosial. Data yang kita berikan sangat dengan mudah dibaca oleh internet dan bisa dipergunakan untuk hal yang merugikan.
5. Jadilah jurnalis warga (*citizen journalist*). Anda bisa menjadi jurnalis dengan melaporkan hal-hal yang ada di sekitar kita. Laporan ini bisa disampaikan lewat blog atau media mainstream yang menyediakan kanal citizen journalist. Tetap ingat bahwa laporan harus berdasar pada fakta yang ada.
6. Tidak percaya pada hoax. Perlu menyaring dan mencari kebenaran informasi ketika mendapat info yang tidak jelas. Kita bisa

membandingkan informasi yang dicurigai hoax dengan membandingkan di situs berita lain. Cara lain bisa dicek di website yang dibuat oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia yang menyediakan laman turnbackhoax. Situs ini berisi data referensi berita hoax dan menampung berita hoax. Perlu diingat jangan ikut menyebarkan informasi hoax kepada teman, karena hal ini sama saja akan memperparah penyebaran hoax. []

Pustaka

- Ali, H. & Purwandi, L. 2016. *Indonesia 2020: The urban middle-class milinneals*. Jakarta: Alvora Research Center.
- Ayunigtyas.(2017, 14 November). "Konten positif di media sosial." *Digitalmama.id*. <<https://digitalmama.id/konten-positif-di-media-sosial/>>
- Cohen, H. (2011, 9 Mei). "Social media definition." *Heidicohen.com*. <<https://heidicohen.com/social-media-definition/>>
- Elsam. 2013. *Buku saku kebebasan ekspresi di internet*. Jakarta: Elsam.
- Erdianto, K. (2017, 8 Desember). "Sudah saatnya menjadi produsen konten positif." *Kompas.com*. <<https://nasional.kompas.com/read/2017/12/08/22494171/sudah-saatnya-remaja-menjadi-produsen-konten-positif?page=all>>
- Fattah, Z.A. 2010. *Perbandingan konten yang dikecualikan dalam tindak pidana kesusilaan*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI.
- Klinik. (2013, 16 September). "Perbuatan-perbuatan yang termasuk pencemaran nama baik." *Hukumonline.com*. <<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt517f3d9f2544a/perbuatan-perbuatan-yang-termasuk-pencemaran-nama-baik/>>
- Martin, B. (2017, Februari 22). "10 Good things that happen when your social media is 100% positive." *Thoughtcatalog.com*. <<https://thoughtcatalog.com/becca-martin/2017/02/10-good-things-that-happen-when-your-social-media-is-100-positive/>>
- Movanita, A. N. K. (2017, 24 Desember). "11 Kasus ujaran kebencian

- dan hoax yang menonjol selama 2017.” *Kompas.com*. <<https://nasional.kompas.com/read/2017/12/24/23245851/11-kasus-ujaran-kebencian-dan-hoaks-yang-menonjol-selama-2017?page=all>>
- Pertiwi, W. K. (2018, 1 April). “Riset ungkap pola pemakaian medsos orang Indonesia.” *Tekno.Kompas.com*. <<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>>
- Setiawan, B.S. 2018. *Strategi melawan hoax dan hate speech dalam rangka lokakarya indeks kebebasan pers 2018*. Paper dipresentasikan dalam lokakarya indeks kebebasan pers 2018. Jakarta, 5 November.

Profil Penulis

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M. Si.

Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Lulus Program Doktor Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia tahun 2007 dengan disertasi tentang Komunikasi Antarbudaya (KAB). Lulus Strata 2 dari Institut Pertanian Bogor Jurusan Ilmu Penyuluhan Pembangunan, dan Strata 1 dari Universitas Gadjah Mada Jurusan Ilmu Komunikasi. Fokus kajian tentang Komunikasi Antarbudaya dikaitkan dengan persoalan dalam komunikasi pembangunan. Ini sesuai dengan pengalamannya sebagai asisten peneliti pada Pusat Penelitian Pedesaan dan Kawasan UGM (1990-1994). Kontak email: mcninik_srirejeki@yahoo.co.id.



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi di FISIP UAJY, S2 Ilmu Komunikasi & Media di Fisipol UGM. Saat ini mengajar di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY, dengan peminatan topik riset tentang media sosial, demokrasi digital, dan komunikasi politik. Beberapa buku yang telah ditulisnya: *Membangun Indonesia-Resolusi Konflik Sosial Lintas Perspektif* (IQRA, 2018), *Komunikasi dalam Keragaman* (Litera, 2017), *Pergulatan Media Komunitas di Tengah Arus Media Baru* (Combine, 2016). Email: ranggabumi.nuswantoro@uajy.ac.id



Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 2010. Peminatan bidang kajian dan riset yaitu gender, komunikasi strategis, IMC & digital marketing. Lulus Magister tahun 2008 dari Universitas Sebelas Maret Surakarta. Karya Ilmiah: *Literasi Digital, Upaya Mengembangkan UMKM di Era Digital* (buku-2018); *Interaktivitas Brand Axe dan Dove Berdasar Perspektif Gender* (Jurnal Ilmu Komunikasi-Terakreditasi, 2017); *'Bakulan RT 36', Web Media for Supporting Women's Economic Empowerment in Yogyakarta* (International Journal of Economic Policy in Emerging Economies, 2016); *Literasi Digital bagi Perempuan Pelaku Usaha Produktif* (Jurnal Ilmu Komunikasi Aspikom-Terakreditasi, 2016); *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keterbatasan Perempuan dalam Mengakses Teknologi Komunikasi dan Informasi* (Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial-Terakreditasi LIPI, 2013).



Olivia Lewi Pramesti, MA



Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Ia memperoleh gelar Master of Arts (M.A.) di Jurusan Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada 2013. Minat risetnya di antaranya jurnalisme, hukum dan etika media, media dan isu kebencanaan, serta literasi media. Karya Ilmiah: *Sport, Komunikasi, dan Audiens, Arena Olahraga dalam Diskursus Ekonomi-*

Politik, Bisnis, dan Cultural Studies (2014-ASPIKOM), *Media Terpenjara*

Bayang-bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014 (2015-TIFA Foundation dan Masyarakat Peduli Media), *Modul Pelatihan Jurnalisme Online "Jurnalisme Online: Memberi Bobot Publik"* (2016-Digi Journalism UGM-TIFA Foundation), *Inspirasi Alumni, Berbagi Kisah Sukses Perjalanan Hidup* (2016- UAJY), dan *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online: Kasus Indonesia* (2017-Gadjah Mada University Press-Digi Journalism UGM). Penulis dapat dihubungi melalui olivialewiprames-ti@gmail.com.

Theresia D. Wulandari, S.Fil., M.M.



Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan pendidikan S1 di bidang Ilmu Filsafat Universitas Gadjah Mada, dan melanjutkan pendidikan S2 di Magister Manajemen konsentrasi Komunikasi di Universitas Trisakti Jakarta. Sebagai mantan jurnalis, penelitian dan pengajarannya diarahkan pada isu-isu kajian manajemen media, literasi media, serta media dan gender. Saat ini penulis tengah menempuh pendidikan Program PhD di School of Communication, Universiti Sains Malaysia. Kontak email: iniwulan80@gmail.com

Fransisca Anita Herawati, S.IP, M.Si

Lahir di Yogyakarta, 11 Juni 1972. Lulus dari Diploma-3 Program Studi Pemasaran Fakultas Ekonomi, UGM (1994), sembari menyelesaikan studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol UGM (1997). *Marketing Officer* di Bank Central Dagang, Jakarta (1997-1998). Memutuskan untuk kembali ke Yogyakarta akibat



kerusuhan Mei 1998, dan memilih menjadi dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga sekarang. Menyelesaikan studi magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Indonesia, Jakarta (2004), kini tengah menempuh studi doktoral pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Karya tulis: *Membangun Ilmu Komunikasi dan Sosiologi* (1999, editor); *Dasar-Dasar Komunikasi untuk Penyuluhan* (2000, penulis ke-2); *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi* (2004, kontributor); *Communication Review: Catatan tentang Pendidikan Komunikasi di Indonesia, Jerman dan Australia* (2012, kontributor); *The 50 Golden Research Project of Atma Jaya Yogyakarta University* (2015, kontributor); *Suara Rakyat Suara Keistimewaan* (2015, penulis ke-2); *Perspektif Komunikasi Organisasi: Tantangan Teoritis dan Implementasi di Lapangan* (2019, kontributor). Email: anita.herawati@uajy.ac.id

Irene Santika Vidiadari, M.A.

Staf pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan studi S2 di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada tahun 2016. Fokus kajiannya antara lain Budaya Pop, Gender, Isu Lingkungan dan kesehatan. Aktif menulis buku bersama mahasiswa dalam kumpulan tulisan *Catatan Akhir Kelas Komik dan Kartun* (2018) dan *Potret Realitas Gender: Refleksi Kritis Komunikasi dan Gender* (2019). Kontak penulis via email irene_santika@staff.uajy.ac.id



Profil Editor

Yohanes Widodo S.Sos., M.Sc.



Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 2010. Lulus Strata 1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (1999) dan program *Master in Applied Communication Science* dari Wageningen University, The Netherlands (2009). Fokus kajiannya tentang media, jurnalisme, dan media baru. Mantan Sekretaris Jendral Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Belanda sekaligus salah satu pendiri Radio PPI Dunia. Saat ini bergabung dalam Jaringan Pegiat Literasi Media (Japelidi), Koalisi Nasional Reformasi Penyiaran (KNRP) dan menjadi editor di Jurnal AS-PIKOM. Email: yohanes.widodo@uajy.ac.id.

Mario Antonus Birowo, Ph.D.



Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 1993. Lulus program doktor *Communication Science* tahun 2010 dari Curtin University, Australia. Fokus kajiannya pada pemberdayaan masyarakat melalui informasi, seperti Komunikasi Bencana dan Literasi Media dan Informasi. Saat ini bergabung dalam Program Radio Darurat untuk Masyarakat

Tanggung (Radar Tangguh) bersama Jaringan Radio Komunitas Indonesia, Combine Resource Institution, FMYY Community Media & AMARC Asia Pacific (dengan dukungan Japan International Corporation Agency); serta bergabung dalam Jaringan Pegiat Literasi Media (Japelidi).