



Penggunaan Instagram sebagai Media Literasi Digital pada Akun @dp3akarawang

Sabrina Nurfauziyah¹, Siti Nursanti², Wahyu Utamidewi³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 3 Maret 2023

Revised: 12 Maret 2023

Accepted: 23 Maret 2023

Digital communication technology is always developing and thus, creates new communication and information media. One of the products of digital communication technology development is social media. Social media has many functions, one of which is the function as a medium for digital literacy. The Instagram account @dp3akarawang is an account managed by DP3A (Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak) Kabupaten Karawang. DP3A Kabupaten Karawang's Instagram account uploads publications of their activity and some educational content. This study aims to analyze the @dp3akarawang account as a digital literacy medium and use the interview method with the @dp3akarawang account's admin as the informant. The results obtained are that in running accounts and creating content, the admin has succeeded in implementing five of the eight essential elements of digital literacy, those elements are cognitive, constructivist, creative, communicative, and civic elements.

Keywords: digital literacy; social media; Instagram; account @dp3akarawang

(*) Corresponding Author:

sabrinafau23@gmail.com, siti.nursanti@staff.unsika.ac.id,
wahyu.utamidewi@fisip.unsika.ac.id

How to Cite: Nurfauziyah, S., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2023). Using Instagram as a Digital Literacy Media on the @dp3akarawang Account. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 245-254. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7951736>

PENDAHULUAN

Literasi digital merupakan sebuah konsep yang mengarah pada mediasi antara teknologi dengan pengguna untuk mempraktikkan teknologi digital secara produktif (Nugroho, 2020). Pengguna teknologi digital memerlukan kemampuan literasi digital untuk memfilter informasi yang didapat selama menggunakan teknologi digital dan menggunakan teknologi digital secara positif dengan optimal. Munculnya internet sebagai produk teknologi digital merubah pola masyarakat terhadap konsumsi informasi. (Arinta, 2013). Internet memungkinkan seseorang untuk mengunggah informasi dengan mudah dan cepat sehingga menyebabkan adanya ledakan informasi dimana informasi yang akurat maupun tidak akurat dapat menjangkau masyarakat dengan cepat. Hal ini memunculkan adanya istilah *fake news*, *hoax*, dan disinformasi. Karena itulah literasi digital diperlukan agar masyarakat dapat membaca, memilah, dan memahami informasi saat sedang melakukan pencarian informasi.

Pencarian informasi merupakan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi melalui sumber yang dapat dipercaya, dan pencarian informasi dilakukan pada saat masyarakat membutuhkan informasi untuk memutuskan tindakan apa yang akan dilakukan (Nursanti, 2021). Dewasa ini, pencarian informasi dimudahkan dengan kehadiran teknologi komunikasi.

Teknologi komunikasi merupakan seperangkat alat yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling menukar pesan dan informasi dengan individu-individu lain (Nugroho, 2020). Teknologi komunikasi menyediakan berbagai kemampuan komunikasi baru bagi masyarakat, yaitu komunikasi jarak jauh secara *real time*. Teknologi komunikasi telah melahirkan media baru berbasis internet yang memiliki sifat interaktif dan egaliter dimana pengguna internet dari berbagai belahan dunia dapat terhubung dengan satu sama lain (Aprinta, 2013).

Salah satu jenis media baru adalah media sosial yang mana merupakan tempat masyarakat dapat bertukar cerita, berpartisipasi, dan membentuk jejaring. Melalui media sosial, individu dapat melakukan pencarian informasi dari berbagai sumber serta berdialog dengan pengguna lain melalui forum pesan (Nugroho, 2020). Instagram merupakan media sosial paling banyak dipakai nomor dua di Indonesia setelah WhatsApp. Per Februari 2022, 84,8% dari jumlah populasi internet Indonesia menggunakan Instagram dengan total pengguna sebanyak 99,15 juta pengguna (We are Social, 2022). Instagram begitu populer karena memiliki fitur unik dimana informasi dapat dimuat dan disebar dalam bentuk gambar dan video yang disebut dengan *feeds*. Popularitas Instagram membuat fungsinya sebagai media sosial berkembang. Tak hanya menjadi forum bertukar informasi secara pribadi, Instagram pun menjadi media marketing bagi perusahaan serta UMKM, bahkan menjadi media pembelajaran dan media literasi digital. Beberapa studi seperti studi Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara (Juwandi et al., 2019), Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @Infinitygenre (Wahyudin & Adiputra, 2019), *Comic for Developing Big Data Literacy* (Faris, 2022), Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Literasi Digital Perpustakaan Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Instagram Perpustakaan Smkn 32 Jakarta (Nawafella & Amaliah, 2022), Strategi Kampanye Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Siberkreasi (Ambarwaty, 2021), Instagram Sebagai Media Edukasi Vaksin COVID-19 di Indonesia (Agusta & Letuna, 2021), *Optimizing Instagram in Sociology Materials to Improve Digital Literacy for Junior High School Students* (Risnandar & Sakti, 2022), dan *Visual Communication @Jabarsaberhoaks in Digital Literacy Education to Counteract Hoaxes on Instagram* (Darmawan et al., 2022), menunjukkan bahwa media sosial terutama Instagram memiliki fungsi sebagai sumber informasi yang merangkap sebagai media pembelajaran dan media literasi digital.

Akun @dp3akarawang (<https://instagram.com/dp3akarawang>) merupakan akun Instagram yang dikelola oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Kabupaten Karawang. Berdasarkan wawancara pra-penelitian yang dilakukan oleh penulis pada 6 Juli 2022, akun @dp3akarawang dibuat pada tahun 2018, dengan tujuan awal untuk mensosialisasikan kegiatan yang dilaksanakan oleh DP3A Kabupaten Karawang. Seiring berjalannya waktu, DP3A kabupaten Karawang melihat adanya potensi untuk melakukan sosialisasi terkait topik pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak melalui Instagram. Mulai 2021, penggunaan akun Instagram mulai diperhatikan dengan lebih baik. Ditunjuk seorang staff untuk bertanggung jawab mengelola akun @dp3akarawang agar dapat menjadi media sosialisasi kegiatan DP3A Kabupaten Karawang

sekaligus menjadi media literasi digital terkait pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis akun @dp3akarawang sebagai media literasi digital. Penelitian ini berada dalam cangkupan ilmu komunikasi, bidang media baru. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan ilmu komunikasi, terutama dalam bidang media baru. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi dengan penelitian serupa. Penelitian ini penting secara praktik karena diharapkan dapat membantu memahami penggunaan fungsi Instagram sebagai media literasi digital bagi instansi yang membutuhkan.

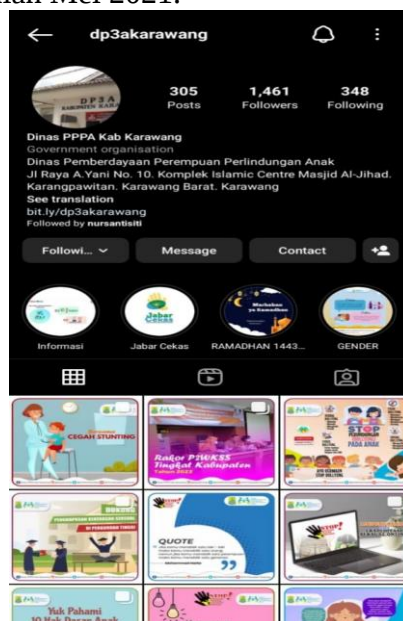
METODE

Deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti akan menganalisis penggunaan akun Instagram @dp3akarawang sebagai media literasi digital kemudian mengolahnya menggunakan metode analisis dekriptif. Eryanto menjelaskan bahwa pendekatan deskriptif ini bertujuan untuk memberi deskripsi pada aspek-aspek atau karakter suatu pesan atau teks (Agusta & Letuna, 2021) Metode pengambilan data yang dilakukan adalah metode wawancara dengan informan. Adapun informan dari penelitian ini adalah Feri Dwi Utomo yang merupakan admin akun @dp3akarawang. Peneliti juga menggunakan metode observasi di lapangan dengan cara melakukan pengamatan terhadap profile dan postingan-postingan akun @dp3akarawang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, DP3A kabupaten Karawang memutuskan untuk menambah fungsi akun @dp3akarawang yang awalnya hanya sebagai media sosialisasi kegiatan DP3A kabupaten Karawang menjadi media sosialisasi kegiatan, sekaligus media literasi digital terkait pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak mulai bulan Mei 2021.



Sumber : <https://instagram.com/dp3akarawang>

Gambar 1. Profile @dp3akarawang

Instagram dipilih menjadi media sosial yang digunakan oleh DP3A kabupaten Karawang selain karena populer, Instagram juga merupakan media sosial berbasis visual dan memiliki fitur *comment* dan *direct message* yang memfasilitasi komunikasi antara admin dengan audiens. Menurut informan, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media literasi digital yang unik karena dengan menggunakan Instagram maka informasi harus dimuat dalam bentuk visual dimana dalam akun @dp3akarawang berupa foto. Kemudian Instagram juga memungkinkan pengguna mengunggah beberapa foto sekaligus sehingga mempermudah informan untuk mengemas informasi ke dalam bentuk beberapa foto.

Desain visual dari postingan akun @dp3akarawang diinspirasi oleh dinas-dinas DP3A daerah lain. Mulai dari skema warna, hingga penggunaan beberapa template postingan. Akun @dp3akarawang juga selalu mencantumkan logo DP3A Karawang dalam postingan, biasanya berupa di bagian tengah atas atau pojok atas gambar dengan username media sosial DP3A Karawang yang dicantumkan di bagian bawah gambar. Postingan akun @DP3A Karawang juga memiliki karakteristik khusus dimana hampir dalam semua postingan literasinya mencantumkan kontak dan alamat Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (P2TP2A) Karawang. Hal ini memudahkan pembaca mengetahui eksistensi P2TP2A Karawang yang merupakan tempat pengaduan kasus kekerasan perempuan dan anak.

Dalam wawancara bersama informan, informan menjelaskan alur sebuah postingan literasi. Informan menjelaskan bahwa admin dibantu oleh para staff DP3A dari berbagai divisi untuk mendapatkan ide sebuah postingan. Biasanya, admin akan menanyakan apakah ada staff yang memiliki ide untuk postingan akun @dp3akarawang melalui *group chat* staff DP3A Karawang. Kemudian admin menerima ide dan berdiskusi mengenai isi konten postingan sebelum menggarapnya menjadi informasi yang dikemas dalam bentuk gambar. Admin akan mengajukan hasil konten kepada kepala dinas untuk mendapat persetujuan dan revisi jika diperlukan. Setelahnya, admin menyiapkan *caption* dan tagar yang akan dimuat dalam postingan. Konten yang sudah siap pun diunggah di waktu yang ditentukan.

Admin memiliki preferensi dan strategi dalam membuat postingan untuk akun @dp3akarawang. Akun @dp3akarawang memiliki target audiens wanita dan ibu muda sehingga postingan biasanya naik di hari sabtu dan minggu dimana para audiens biasanya libur dan beristirahat pada dua hari tersebut. Untuk postingan yang akan naik di hari *weekdays* maka jam postingan naik biasanya adalah saat sore hari dimana biasanya wanita yang bekerja sudah pulang dan ibu muda sedang dalam keadaan santai di sore hari sehingga diharapkan postingan dapat menjangkau audiens dengan lebih baik di waktu-waktu tersebut. Untuk mempermudah jangkauan posingan pada audiens yang belum mengikuti akun @dp3akarawang, admin memiliki strategi penggunaan tagar dan *men-tag* beberapa akun relevan. Tagar yang digunakan pada tiap postingan bervariasi tergantung konten postingan. Beberapa tagar yang sering dipakai adalah #Karawang, #dp3akarawang, #stopkekerasanperempuan dan #anak. Sementara itu

akun yang sering di-tag dalam postingan adalah @dp3ajabar, @diskominfokrwab, @cellicanurrachadiana (Bupati Karawang), dan @aep_syaepoulhse (wakil bupati karawang). Akun @dp3akarawang juga membuka fitur *comment* dimana audiens bisa berkomunikasi dan memberikan *feedback* secara langsung dalam kolom komentar.

Isi konten yang diunggah ke akun @dp3akarawang merupakan informasi-informasi yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak. Beberapa contoh topik konten akun@dp3akarawang adalah hak anak, pencegahan *bully* terhadap anak, jenis kekerasan dalam rumah tangga, contoh perilaku pelecehan seksual di tempat kerja, pengenalan gender, dan himbauan terkait kekerasan seksual pada anak. Informan menjelaskan bahwa publikasi konten-konten dengan topik seperti itu diharapkan dapat memberi *inight* baru dan meningkatkan *awareness* tentang pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak bagi audiens yang melihat postingan-postingan akun @dp3akarawang karena dengan adanya edukasi terkait topik-topik tersebut, dapat merubah pandangan audiens dan masyarakat terkait kasus-kasus kekerasan pada perempuan dan anak.

Selama menjalankan akun @dp3akarawang, informan mengakui bahwa ada kesulitan yang ditemui. Kesulitan yang paling utama adalah waktu, karena informan bekerja di bawah bidang program dan keuangan, maka tugasnya pun terbagi menjadi mengerjakan tanggung jawabnya di bagian keuangan dan menjadi satu-satunya admin akun Instagram @dp3akarawang. Informan menjelaskan bahwa menjalankan kedua tugas tersebut membuat waktunya untuk mengolah konten menjadi terbatas yang berujung pada keterbatasan frekuensi postingan yang diunggah. Saat ini, tidak ada target khusus terkait jumlah postingan per kurun waktu, juga tidak ada target untuk *engagement rate* akun @dp3akarawang. Keterbatasan waktu ini juga berpengaruh pada jenis media yang digunakan sebagai wadah konten. Untuk saat ini, hampir seluruh konten akun @dp3akarawang berbasis gambar saja. Namun informan menyatakan bahwa ada rencana membuat konten dalam bentuk video animasi di masa mendatang.

Harapan besar dari informan sebagai admin akun @dp3akarawang adalah akun @dp3akarawang dapat lebih aktif mengunggah postingan edukasi dan berharap juga agar postingan akun @dp3akarawang dapat menjangkau lebih banyak audiens.

PEMBAHASAN

Literasi merupakan bagian dari kehidupan manusia bahkan semenjak era pra-sejarah dimana literasi berbentuk ekspresi atas pencapaian yang dicapai seperti berburu dan lainnya, yang kita kenali dalam bentuk artefak ukiran di gua. Bawden menjelaskan bahwa literasi terus berkembang seiring berkembangnya kemampuan manusia dalam mempersepsi tulisan yang berujung pada munculnya pemikiran melalui bahasa atau kode. Dengan lisan dan tulisan, proses literasi berlangsung dan berkembang dengan berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain dengan menggunakan media teknologi sederhana, seperti pos merpati hingga teknologi informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dengan munculnya internet, lahir pula literasi digital sebagai media interaksi dan komunikasi antar individu, kelompok, dan masyarakat. (Arafah et al., 2022).

Literasi digital merupakan sebuah kondisi dimana seorang pengguna teknologi mengerti dan memanfaatkan teknologi digital sebagai media literasi. Literasi digital adalah upaya untuk membantu individu menjadi lebih selektif dalam mengakses media baru, dapat menganalisis, kritis terhadap konten mereka, dapat mengevaluasi, memiliki kemampuan untuk merespon, dan mengoptimalkan penggunaan informasi yang diperoleh dari media baru untuk hal-hal produktif bagi kehidupan mereka (Darmawan et al., 2022).

Belshaw dalam penelitiannya mencantumkan delapan elemen yang bersifat esensial dalam membangun literasi digital, yaitu : 1. Budaya, 2. Kognitif, 3. Konstruktif, 4. Komunikatif, 5. Percaya diri, 6. Kreatif, 7. Kritis, 8. Sipil (Belshaw, 2012).

Elemen budaya dalam literasi digital itu adalah kebutuhan untuk memahami adanya berbagai konteks digital yang mungkin dialami seseorang. Seseorang dapat melihat konteks digital secara berbeda dari yang lain. Elemen budaya dianggap penting dalam literasi digital karena dapat memberi seseorang kesempatan memiliki “lensa” tambahan untuk melihat dunia.

Elemen kognitif pada dasarnya merupakan elemen esensial dalam literasi tradisional. Literasi merupakan kegiatan memperluas pikiran sehingga kegiatan literasi tentu merupakan sebuah kegiatan kognitif. Namun dalam literasi digital, perluasan pikiran ini berasal kreatifitas dan kontekstual, bukan hanya sekedar pemaksaan sebuah definisi untuk suatu objek. Salah satu cara mengembangkan kognitif dalam literasi digital adalah dengan memberi variasi model mental, seperti dalam elemen budaya yang memberi “lensa” tambahan.

Elemen konstruktif dalam literasi digital adalah kemampuan membuat sesuatu yang baru dengan menggunakan teknologi digital. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan dan menggabungkan konten-konten dari beberapa sumber untuk membuat suatu konten orisinal baru.

Elemen komunikasi adalah elemen esensial keempat dalam literasi digital. Hal penting dalam elemen ini adalah bagaimana memahami sebuah media komunikasi bekerja. Maka dalam konteks literasi digital, elemen komunikasi ini adalah bagaimana memahami cara berkomunikasi menggunakan jaringan digital.

Elemen kepercayaan diri mungkin terlihat tidak berubungan dengan literasi digital dan keempat elemen sebelumnya. Namun Belshaw menjelaskan bahwa kepercayaan diri yang dimaksud adalah sebuah kepercayaan bahwa lingkungan digital lebih toleran dan memaafkan terhadap sebuah eksperimen jika dibandingkan dengan lingkungan fisik, bahwa sebuah literasi digital bersifat *mutable* atau dapat berubah.

Elemen kreativitas dalam literasi digital adalah tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk melakukan atau membuat hal baru, misalnya untuk rekonseptualisasi apa yang bisa digunakan.

Untuk kedua elemen esensial terakhir yaitu kritik dan sipil, kedua elemen ini memiliki kaitan erat dengan beberapa elemen sebelumnya. Elemen kritik yang berkaitan erat dengan elemen komunikasi adalah tentang bagaimana memahami bahwa mendapat informasi melalui literasi digital berbeda dengan saat mendapat informasi secara langsung sehingga seseorang arusnya kritis menyikapi konten literasi digital. Elemen esensial terakhir adalah elemen sipil. Literasi digital harus mampu berkontribusi dalam pengembangan masyarakat sipil. Contohnya adalah

kemampuan seseorang dalam sebuah lingkungan digital untuk terhubung dan berbaaur dengan anggota masyarakat lain.

Delapan elemen esensial tersebut merupakan dasar dari literasi digital. Karena itulah media-media atau *platform* yang memiliki tujuan untuk berkontribusi dalam mengembangkan dan menambah tingkat literasi digital harus memerhatikan kontennya sesuai dengan elemen-elemen esensial literasi digital agar bisa sejalan dengan tujuan literasi digital.

Pemilihan jenis media sosial yang digunakan oleh DP3A Kabupaten Karawang merupakan langkah awal yang tepat sebab menggunakan visual dalam mengemas informasi merupakan cara yang efektif untuk memudahkan pembaca memahami informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Blunck dan Kastner menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media berbasis visual efektif dalam mengedukasi pasien mengenai *Inflammatory bowel disease* (IBD). Penelitian tersebut menunjukkan adanya kenaikan tingkat pengetahuan pra-intervensi sebanyak 3 poin dari 18,67 poin menjadi 21,67 poin setelah para pasien melakukan *training* mengenai IBD selama 5 minggu melalui Instagram (Blunck et al., 2022). Penelitian lain menunjukkan efektivitas menggunakan visual dalam pembelajaran pada murid jarak jauh. Hasil reabilitas data menunjukkan angka lebih dari 0.96 dimana performa murid terlihat meningkat setelah menggunakan visual dalam sesi pembelajaran jarak jauh (Andreev et al., 2021). Penelitian milik Kibtiyah menunjukkan keberhasilan menggunakan media literasi digital berbasis visual berupa komik digital dalam bentuk flipbook untuk membantu pembelajaran siswa memahami konsep ekonomi (Kibtiyah, 2022).

Terkait pembuatan design konten akun @dp3akarawang, apa yang dilakukan oleh admin sejalan dengan elemen konstruktif dan kreatif literasi digital dalam teori milik Belshaw. Konstruktif dalam literasi digital adalah tentang bagaimana memanfaatkan teknologi untuk melakukan atau membuat hal baru sementara elemen kreatifitas adalah tentang bagaimana memanfaatkan teknologi digital. Desain akun @dp3akarawang yang mengambil inspirasi dari beberapa dinas terkait menghasilkan desain yang baru dan berbeda.

Strategi menggunakan tagar untuk menjangkau audiens seperti yang dilakukan oleh admin akun @dp3akarawang bukanlah hal yang asing. Pengguna media sosial menggunakan tagar sebagai alat untuk menandai pesan yang sejenis (Doktoralina et al., 2020). Menurut Hays, penggunaan tagar dalam postingan dapat membantu sebuah postingan untuk ditemukan. Tiago menambahkan, penggunaan tagar juga dapat memaksimalkan *engagement rate* (dalam Celuch, 2021). Khan menjelaskan bahwa tagar awalnya digunakan untuk mengkategorikan topik tertentu supaya mudah dicari, namun kemudian banyak pengguna yang menggunakan tagar untuk teks, gambar, video, dan tautan berita sehingga tagar menjadi forum baru untuk politik pemasaran informasi (dalam Doktoralina et al., 2020). Strategi-strategi yang diterapkan oleh admin sejalan dengan elemen komunikasi literasi digital dalam teori literasi digital Belshaw dimana dalam literasi digital diperlukan kemampuan untuk memahami media komunikasi digital bekerja sehingga dapat mendapat informasi yang diinginkan dan juga dapat menyajikan informasi menggunakan teknologi digital.

Mengenai isi konten edukasi akun @dp3akarawang, tujuan milik akun @dp3akarawang sejalan dengan elemen sipil dan elemen kognitif literasi digital

dimana konten milik akun @dp3akarawang turut berkontribusi dalam menambah wawasan audiensnya yang merupakan bagian dari masyarakat sipil. Dengan adanya publikasi dan edukasi mengenai topik pemberdayaan perempuan dan anak, diharapkan mengubah perspektif negatif dari masyarakat bagi para korban penyintas kekerasan dan pelecehan seksual baik pada perempuan maupun anak. Seperti pada penelitian milik Andung dimana informasi kesehatan dipandang sebagai bahan untuk mengubah persepsi yang salah tentang sebuah penyakit (Andung et al., 2021). Kemudian menurut Brashers, dilaporkan bahwa mereka yang tidak melek dengan baik tentang penyakitnya akan merasakan sakit dan depresi yang tidak jelas. Oleh karena itu diperlukan dukungan yang unggul dari masyarakat dalam masyarakat untuk mengatasi masalah tersebut. Alangkah baiknya jika setiap orang yang memiliki kekurangan informasi mencari dukungan non-medis sehingga akan lebih mudah untuk menyelesaikan masalah dan biaya yang dikeluarkan akan lebih sedikit (Nursanti et al., 2021). Mudahnya akses akun @dp3akarawang serta adanya informasi terkait kontak P2TP2A di setiap konten postingan akun @dp3akarawang juga diharapkan dapat membantu mempermudah korban-korban kekerasan dan pelecehan yang membutuhkan bantuan untuk menghubungi P2TP2A agar bisa mendapat bantuan.

Dari pembahasan di atas, penulis dapat melihat bahwa ada lima elemen yang sejalan dengan apa yang dilakukan oleh admin akun @dp3akarawang yaitu elemen kognitif, konstruktivis, kreatifitas, komunikatif, dan sipil. Meskipun belum dapat memenuhi kedelapan elemen esensial tersebut, diharapkan akun @dp3akarawang dapat terus berkembang menjadi lebih baik sehingga dapat sejalan dengan seluruh elemen esensial literasi digital.

KESIMPULAN

Meningkatkan angka literasi digital melalui media sosial merupakan cara yang dipakai oleh banyak individu dan instansi, hal ini dikarenakan banyaknya pengguna media sosial di Indonesia terutama media sosial Instagram. Peneliti melakukan penelitian pada akun @dp3akarawang mengenai analisis akun media sosial sebagai media literasi digital. Setelah melalui wawancara dengan admin akun @dp3akarawang, peneliti mendapat hasil berupa sejarah akun, alur pembuatan konten, proses design, kesulitan yang ditemui oleh admin, dan harapan bagi akun @dp3akarawang ke depannya. Teori literasi digital milik Belshaw mencantumkan adanya delapan elemen dalam literasi digital yaitu budaya, kognitif, konstruktivis, komunikatif, percaya diri, kreatifitas, kritis, dan sipil. Beberapa elemen yang sudah terpenuhi oleh akun @dp3akarawang adalah elemen kognitif, konstruktivis, kreatifitas, komunikatif, dan sipil, dengan berfokus elemen konstruktivis, kreatif, dan komunikatif. Admin percaya bahwa ketiga elemen tersebut sangat penting dalam membangun media literasi digital karena akun @dp3akarawang memiliki tujuan untuk memberi *inight* baru dan meningkatkan *awareness* tentang pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak pada audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Agusta, M., & Letuna, N. (2021). *INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA EDUKASI VAKSIN COVID-19 DI INDONESIA INSTAGRAM AS AN EDUCATIONAL*

MEDIA FOR COVID-19 VACCINES IN INDONESIA.

- Ambarwaty, G. B. (2021). *STRATEGI KAMPANYE LITERASI DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SIBERKREASI*. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/175770/strategi-kampanye-literasi-digital-melalui-media-sosial-instagram-siberkreasi.html>
- Andreev, A. N., Emtseva, O. V., Babkina, E. S., Dolzhenkov, V. N., & Kudryashova, N. V. (2021). *The effectiveness of using visualization tools and forms in distance learning A eficácia do uso de ferramentas e formulários de visualização no ensino à distância La eficacia del uso de herramientas y formularios de visualización en el aprendizaje a dista.* 1–15.
- Andung, P. A., Aslam, M., & Balalembang, C. J. (2021). *Construction of the Meaning of Health Information Literacy according to Covid-19 Survivors in Kupang City.*
- Aprinta, G. (2013). Fungsi Media Online Sebagai Media Literasi Budaya Bagi Generasi Muda. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.218>
- Arafah, B., Hasanuddin, U., Muhammad, H., & Hasanuddin, U. (2022). *Social Media as a Gateway to Information : Digital Literacy on Current Issues in Social Media as a Gateway to Information : Digital Literacy on Current Issues in Social Media.* January. <https://doi.org/10.14704/WEB/V19I1/WEB19167>
- Belshaw, D. (2012). *What is ‘ digital literacy ’? Douglas A . J. Belshaw.* 0–274.
- Blunck, D., Kastner, L., Nissen, M., & Winkler, J. (2022). The Effectiveness of Patient Training in Inflammatory Bowel Disease Knowledge via Instagram: Randomized Controlled Trial. *Journal of Medical Internet Research*, 24(10), e36767. <https://doi.org/10.2196/36767>
- Celuch, K. (2021). Hashtag usage and user engagement on instagram: The case of #foodfestivals. *Journal of Physical Education and Sport*, 21(2), 966–973. <https://doi.org/10.7752/jpes.2021.s2120>
- Darmawan, F., Fardiah, D., & Rinawati, R. (2022). Visual Communication @Jabarsaberhoaks in Digital Literacy Education to Counteract Hoaxes on Instagram. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)*, 658(SoRes 2021), 293–298. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220407.060>
- Doktoralina, C. M., Bahari, Z., Hassan, S. A., Ismail, N. A., & Mardiyah, S. A. L. (2020). Hashtags as a way to expedite the zakat supply chain. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(1), 197–206. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2019.7.004>
- Faris, M. (2022). Comic for Developing Big Data Literacy. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 35–51. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v14i1.2470>
- Juwandi, R., Nurwahid, Y., Lestari, A., & Sultan Ageng Tirtayasa, U. (2019). Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Politik Untuk Mengembangkan Literasi Digital Warga Negara. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP Untirta*, 2(1), 369–378.
- Kibtiyah, A. M. (2022). *Pengembangan Komik Digital Berbasis Flipbook Untuk Siswa Kelas V Sekolah Dasar di Kecamatan Pati Kabupaten Pati Asna*

- Mariatul Kibtiyah *PENDAHULUAN Pendidikan abad 21 ini gencar disosialisasikan pada berbagai satuan pendidikan , terutama satuan pendidikan.* 8(18), 57–65.
- Nawafella, R., & Amaliah, E. (2022). *PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA LITERASI DIGITAL PERPUSTAKAAN SEKOLAH DI MASA PANDEMI COVID-19 STUDI KASUS INSTAGRAM PERPUSTAKAAN SMKN 32 JAKARTA*No Title. <http://jodis.id/index.php/jodis/article/view/194>
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society : Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Infrmasi* (1st ed.). KENCANA.
- Nursanti, S. (2021). *Instagram as One of Generation Z's Choice of Health Information Sources in Indonesia* Siti Nursanti. 13(2).
- Nursanti, S., Utamidewi, W., & Tayo, Y. (2021). Peer Support Group Health Literacy Case Study of HIVAIDS Patients in Karawang, Indonesia. *Library Philosophy and Practice*, 2021, 1–14.
- Risnandar, R., & Sakti, A. W. (2022). Optimizing Instagram in Sociology Materials to Improve Digital Literacy for Junior High School Students. *Asean ...*, 1, 39–46. <https://ejournal.bumipublikasinusantara.id/index.php/ajert/article/view/38>
- Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @Infinitygenre. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.744>
- We are Social. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>