

Status Literasi Digital di Indonesia 2021



Ringkasan Eksekutif

Indeks Literasi Digital Indonesia 2021 berada pada level “sedang” dengan skor 3,49. Pengukuran dengan Kerangka Indeks Literasi Digital tahun 2021 ini menggunakan empat pilar, yaitu Kecakapan Digital (*digital skill*), Etika Digital (*digital etics*), Keamanan Digital (*digital safety*), dan Budaya Digital (*digital culture*).

Indeks ini menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki, usia muda, berpendidikan tinggi, tinggal di daerah urban cenderung memiliki Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional. Dari 34 provinsi di Indonesia, DI Yogyakarta memiliki Indeks Literasi Digital tertinggi tahun 2021, skor 3,71 (dari skala 1-5). Sementara itu, Maluku Utara merupakan provinsi dengan skor indeks terendah, yaitu 3,18.

Penelitian ini turut mengukur perilaku akses internet pada masyarakat. Masyarakat biasa mengakses internet di mana saja melalui *handphone*. Jam yang digunakan untuk mengakses internet adalah jam 7-10 pagi serta 7-9 malam. Penggunaan internet banyak dilakukan untuk berkomunikasi melalui pesan singkat, menggunakan media sosial, serta mencari informasi.

Masyarakat paling banyak mendapatkan informasi dari media sosial dengan Whatsapp dan Facebook. Namun, media sosial Facebook juga dianggap yang paling sering ditemui menyajikan berita bohong atau hoaks.

Pengukuran Indeks Literasi Digital dilakukan melalui survei tatap muka yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2021. Penentuan sampel survei menggunakan *multistage random sampling* dengan teknik *home visit* di area survei. Total responden pada pengukuran Indeks Literasi Digital tahun ini berjumlah 10.000 orang dengan Margin of Error (MoE) +/- 0,98% pada tingkat kepercayaan 95%. Responden yang diikutkan dalam penentuan sampel adalah anggota rumah tangga berusia 13-70 tahun, serta mengakses internet dalam 3 bulan terakhir.

Daftar Isi

Ringkasan Eksekutif

Daftar Isi

01	Pendahuluan	4
	1.1 Latar Belakang	
	1.2 Tujuan dan Sasaran	
	1.3 Ruang Lingkup Kegiatan	
02	Metodologi	8
	2.1 Kerangka Penelitian	
	2.2 Keterkaitan antara Kerangka Penelitian 2021 dan 2020	
	2.3 Pengumpulan Data	
	2.4 Pretest, Uji Validitas dan Reliabilitas	
	2.5 Pengolahan dan Analisis Data	
03	Perilaku dalam Penggunaan <i>Platform</i> Digital	18
	3.1 Profil Responden Survei	
	3.2 Akses dan Penggunaan Internet	
	3.3 Kebiasaan Bermedia Sosial dan Mencerna Berita <i>Online</i>	
	3.4 Berbagi Informasi dan Keamanan Data Pribadi	
	3.5 Paparan dan Sikap Terhadap Hoaks	
04	Status Literasi Digital	44
	4.1 Pilar Literasi Digital	
	4.2 Perhitungan Status Literasi Digital	
	4.3 Analisis Data Literasi Digital	
05	Penutup	70

Status Literasi Digital di Indonesia 2021

TIM PENYUSUN

Pengarah:

Direktur Jenderal Aplikasi Informatika,
Semuel Abrijani Pangerapan

Penanggung Jawab:

Direktur Pemberdayaan Informatika,
Bonifasius Wahyu Pudjianto

Panel Ahli:

Mulya Amri
Adek Media Roza

Analisis:

Teguh Surya
Mahendra Pratama Putra
Wisma Aji Pribadi

Penulis Utama:

Rizki Ameliah
Rangga Adi Negara
Indriani Rahmawati

Editor:

Stevanny Limuria
Vivi Zabkie

Periset Kuantitatif:

Ristyanadya Laksmi Gupita
Siti Zahra Mulianti Natsir
Euodia Josephine Boyfala
Aishya Fazahra
Novandro Zakaria Pratama
Amalia Afifah
Laksamana Yuda Citra
Handika
Lulu Mahdiyah Sandjadirja
Wayan Aristana

Desain Grafis:

Muhamad Yana
Very Anggar Kusuma
Andrey Rahman Tamatalo
Dani Nurbiantoro
Wahyu Risyanto

01

Pendahuluan



1.1.

Latar Belakang

Perkembangan digitalisasi di Indonesia yang sangat signifikan beberapa tahun belakangan ini ikut mendorong terciptanya ekosistem digital yang semakin baik. Menurut Menteri Perdagangan, Muhammad Lutfi, ekonomi digital Indonesia tahun 2021 sebesar Rp 632 triliun diperkirakan akan bertumbuh delapan kali lipat pada tahun 2030.

Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia banyak ditopang oleh sektor *e-commerce*, yaitu sekitar 34% atau setara dengan Rp 1.900 triliun pada tahun 2030. Selain itu, pada tahun 2030 model penjualan *business to business* (B2B) pada sektor digital diproyeksikan akan tumbuh 13% atau setara dengan Rp 763 triliun dibandingkan tahun 2021. Sektor *health-tech* juga diperkirakan mencapai Rp 471,6 triliun atau tumbuh hingga 8%.

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi digital, peningkatan penetrasi pengguna internet di Indonesia juga semakin tinggi. Menurut laporan HootSuite dan We Are Social yang berjudul “Digital 2021”, pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa pada awal tahun 2021, atau meningkat 15,5% dibandingkan awal tahun sebelumnya.

Selain itu, pandemi yang melanda Indonesia sejak awal tahun 2020 telah meningkatkan penggunaan internet dan mempercepat adopsi digital pada kegiatan sehari-hari. Kegiatan seperti belajar mengajar di rumah, bekerja dari rumah, berbelanja hingga pemeriksaan kesehatan dilakukan menggunakan aplikasi digital.

Pemerintah pun mendorong masyarakat untuk dapat beradaptasi menggunakan aplikasi digital. Salah satunya adalah dengan program #BanggaBuatanIndonesia yang mendorong UMKM untuk dapat *go digital* dan mulai berjualan menggunakan *platform* digital.

Selain itu, kompetensi digital masyarakat juga perlu ditingkatkan agar masyarakat semakin dapat beradaptasi menggunakan teknologi digital. Kegiatan-kegiatan yang banyak dilakukan pada platform digital contohnya bermedia sosial, mencari informasi, berbelanja dan berjualan melalui *e-commerce*, hingga belajar menggunakan *platform edutech*.

Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) memiliki program untuk meningkatkan kompetensi digital, yaitu program Gerakan Nasional Literasi Digital. Program yang berlangsung ini diharapkan bisa menjangkau masyarakat seluas-luasnya dan meningkatkan kemampuan digital mereka masing-masing.

Peningkatan kompetensi digital ini perlu dilaksanakan dengan menyelaraskan pada kondisi masyarakat sesungguhnya agar program ini bisa berlangsung lebih tepat sasaran. Karena itu, diperlukan pemahaman dan pemetaan mengenai kompetensi digital masyarakat di Indonesia.

Pemetaan kompetensi digital masyarakat di Indonesia ini dilakukan dengan mengadakan survei status literasi digital dan mengukurnya menjadi Indeks Literasi Digital Indonesia. Survei literasi digital ini dilakukan pada tanggal 4 Oktober hingga 24 Oktober 2021 di 34 provinsi dan mencakup 514 kota dan kabupaten di Indonesia. Survei ini berhasil mengumpulkan 10.000 responden yang menggunakan internet dalam 3 bulan terakhir dan berusia 13 hingga 70 tahun.

1.2.

Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan sasaran dari kegiatan survei ini adalah:

- Menyesuaikan kerangka (*framework*) agar lebih sejalan dengan kerangka yang tercantum dalam Roadmap Literasi Digital 2020-2024.
- Memberikan gambaran umum tentang pola penggunaan teknologi dan media digital di kalangan masyarakat Indonesia.
- Memberikan pemahaman yang objektif, terukur, dan representatif terhadap kondisi literasi digital di Indonesia berdasarkan data primer.
- Memahami kemampuan masyarakat untuk mengenali hoaks (informasi bohong) dan membantu perumusan strategi pengendalian hoaks.

1.3.

Ruang Lingkup Kegiatan

Kegiatan ini merupakan penyelenggaraan riset kuantitatif dengan cara survei tatap muka di 34 provinsi di Indonesia dan analisis data tentang status literasi digital serta memperdalam faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi digital di Indonesia. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan informasi terkait faktor-faktor pemicu dan cara pengendalian hoaks melalui kuesioner yang terstruktur.

56



02

Metodologi

0 1 0 0
1 0 0 0
0 0 1 0
0 1 0 1
0 0 0 0
1 0 0 1

81%

Sale Report

2.1.

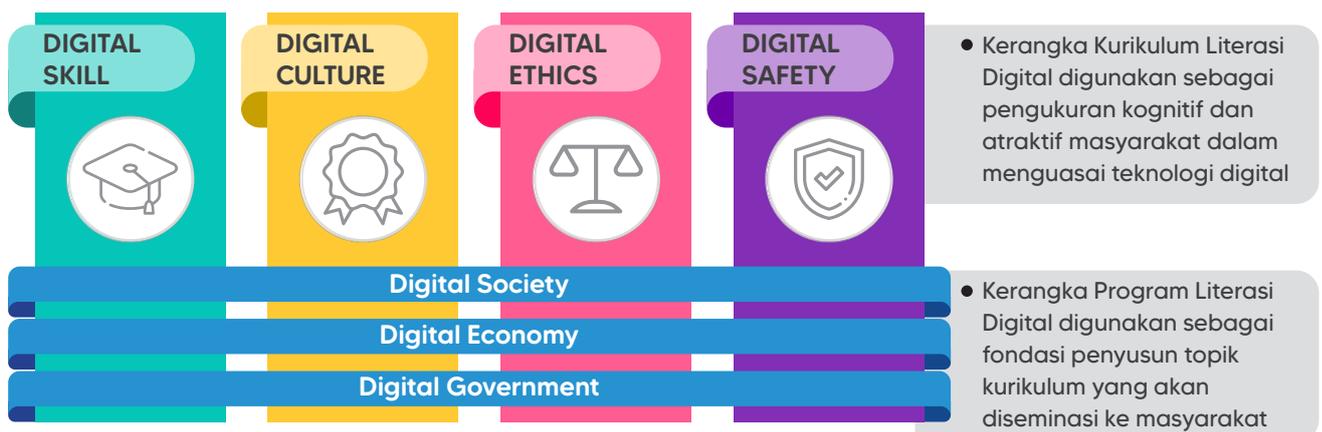
Kerangka Penelitian

Pengukuran Indeks Literasi Digital Indonesia 2021 mengacu kepada kerangka kerja yang tercantum dalam Road Map Literasi Digital 2020-2024 (Kemenkominfo, Januari 2021). Kerangka kerja ini digunakan sebagai basis dalam merancang program dan kurikulum Program Gerakan Nasional Literasi Digital Indonesia 2020-2024.

Ada empat pilar yang menjadi bagian dari kerangka kerja pengembangan kurikulum literasi digital, yaitu Digital Skill, Digital Ethics, Digital Safety, dan Digital Culture. Masing-masing diterangkan di bawah ini:

1. Digital Skill atau kecakapan digital adalah kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari.
2. Digital Ethics atau etika digital adalah kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari.
3. Digital Safety atau keamanan digital adalah kemampuan *user* (pengguna) dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis, menimbang dan meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari.
4. Digital Culture atau budaya digital adalah kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun wawasan kebangsaan, nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari dan digitalisasi kebudayaan melalui pemanfaatan TIK.

Kerangka kurikulum dan program Literasi Digital Indonesia 2021



Sumber: Diadaptasi dari Road Map Literasi Digital 2020-2024.

Keempat pilar pengembangan kurikulum literasi digital ini dijadikan acuan untuk pengembangan program literasi digital nasional yang mencakup Digital Society, Digital Economy, dan Digital Government.

Kerangka kerja Indeks Literasi Digital 2021 mengacu pada empat pilar kurikulum literasi digital, lalu dikembangkan lagi menjadi 30 indikator, sebagaimana ditampilkan di tabel berikut ini.

Pilar	Indikator
Digital Skill	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya terbiasa membandingkan berbagai sumber informasi untuk memutuskan apakah informasi itu benar 2. Saya terbiasa mencari tahu apakah informasi yang saya temukan di situs web benar atau salah. 3. Saya mampu berinteraksi melalui berbagai perangkat komunikasi teknologi digital 4. Saya memiliki kemampuan menyimpan data, informasi, dan konten dalam media digital 5. Saya bisa mencari dan mengakses data, informasi dan konten di media digital sesuai kebutuhan 6. Saya bisa mengunggah (<i>upload</i>) file ke internet 7. Saya bisa menghubungkan perangkat saya ke jaringan internet (<i>wifi</i>, LAN, <i>mobile data</i>) 8. Saya bisa mengunduh (<i>download</i>) file/aplikasi dari internet
Digital Ethics	<p>Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Digital Ethics adalah indikator terbalik (jawaban yang ideal adalah jawaban negatif)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengunggah foto bersama anak orang lain 2. Saya menandai (<i>tag</i>) teman saat mengunggah konten tanpa izin 3. Saya membuat grup dan menambahkan orang/teman saya tanpa izin 4. Saya akan berkomentar kasar jika ada orang yang komentar negatif di unggahan saya. 5. Ketika saya menemukan informasi menarik dari akun gosip, saya akan langsung <i>share</i> 6. Saya akan membagikan tangkapan layar percakapan privat ke media sosial atau kepada orang lain jika menyinggung saya. 7. Saya akan mengajak orang-orang untuk berkomentar negatif ke akun media sosial orang yang saya benci
Digital Safety	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bisa membedakan e-mail yang berisi spam/virus/malware dan tidak 2. Saya menggunakan aplikasi/software untuk menemukan dan menghapus virus di handphone/komputer 3. Saya melakukan back up atau simpan data di beberapa tempat, bukan hanya satu 4. Saya mengetahui cara '<i>report abuse</i>' atau laporkan penyalahgunaan di jejaring sosial jika ada postingan yang mengandung konten negatif atau merugikan saya 5. Saya tidak mengunggah data pribadi di media sosial 6. Saya dapat menonaktifkan opsi untuk menunjukkan posisi geografis/GPS saya (misalnya di Facebook) 7. Saya terbiasa membuat password yang aman dengan kombinasi angka, huruf, dan tanda baca. 8. Di akun media sosial, saya bisa mengatur siapa saja yang dapat melihat postingan (<i>linimasa</i>) saya
Digital Culture	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mencantumkan nama penulis saat repost 2. Saya tidak menyukai adanya kubu yang bertentangan di media sosial, seperti "cebondg vs kampret" atau "kadrun vs togog". 3. Saya mempertimbangkan perasaan pembaca yang memiliki pandangan politik berbeda. 4. Saya menikmati dan berbagi seni budaya tradisional dan kontemporer Indonesia secara digital 5. Saya mempertimbangkan perasaan pembaca yang berasal dari suku lain 6. Saya mempertimbangkan keragaman budaya, agama dan usia teman di media sosial saat membagikan pesan/informasi 7. Saya mempertimbangkan perasaan pembaca yang berasal dari agama lain.

2.2.

Keterkaitan antara Kerangka Penelitian 2021 dan 2020

Kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur Indeks Literasi Digital Indonesia 2021 sedikit berbeda dari kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur Indeks Literasi Digital Indonesia 2020. Karena pada tahun 2020 belum ada dokumen Road Map Literasi Digital 2020-2024, maka kerangka kerja Indeks Literasi Digital 2020 mengacu pada “A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills” (UNESCO 2018) dan beberapa referensi lain.

Pengukuran literasi digital 2020 menggunakan 4 sub-indeks, yaitu (1) Informasi dan Literasi Data, (2) Komunikasi dan Kolaborasi, (3) Keamanan, serta (4) Kemampuan Teknologi sebagaimana terlihat dalam tabel di bawah ini.

Untuk menyesuaikan kerangka literasi digital 2020 dengan 2021, maka dilakukan penyesuaian pilar sebagai berikut:

1. Tiga pilar yang ada di kerangka 2020, yaitu Informasi dan Literasi Data, Berpikir Kritis, dan Kemampuan Teknologi diintegrasikan menjadi pilar Digital Skill di kerangka 2021,
2. Pilar Kemampuan Berkomunikasi (2020) menjadi pilar Digital Culture (2021),
3. Pilar Etika dalam Teknologi (2020) menjadi pilar Digital Ethics (2021), dan
4. Pilar Keamanan Pribadi dan Keamanan Perangkat (2020) menjadi pilar Digital Safety (2021).

Selain itu, ada juga penambahan indikator yang belum diukur sebelumnya, serta penyesuaian pada parameter ukur yang digunakan.

NO	Sub-Indeks Literasi Digital 2020	Pilar Literasi Digital 2020	Pilar Literasi Digital 2021
1	Informasi dan Literasi Data	Informasi dan Literasi Data	Digital Skill
		Berpikir Kritis	Digital Skill
2	Komunikasi dan Kolaborasi	Kemampuan Berkomunikasi	Digital Culture
		Etika dalam Teknologi	Digital Ethics
3	Keamanan	Keamanan Pribadi	Digital Safety
		Keamanan Perangkat	Digital Safety
4	Kemampuan Teknologi	Kemampuan Teknologi	Digital Skill

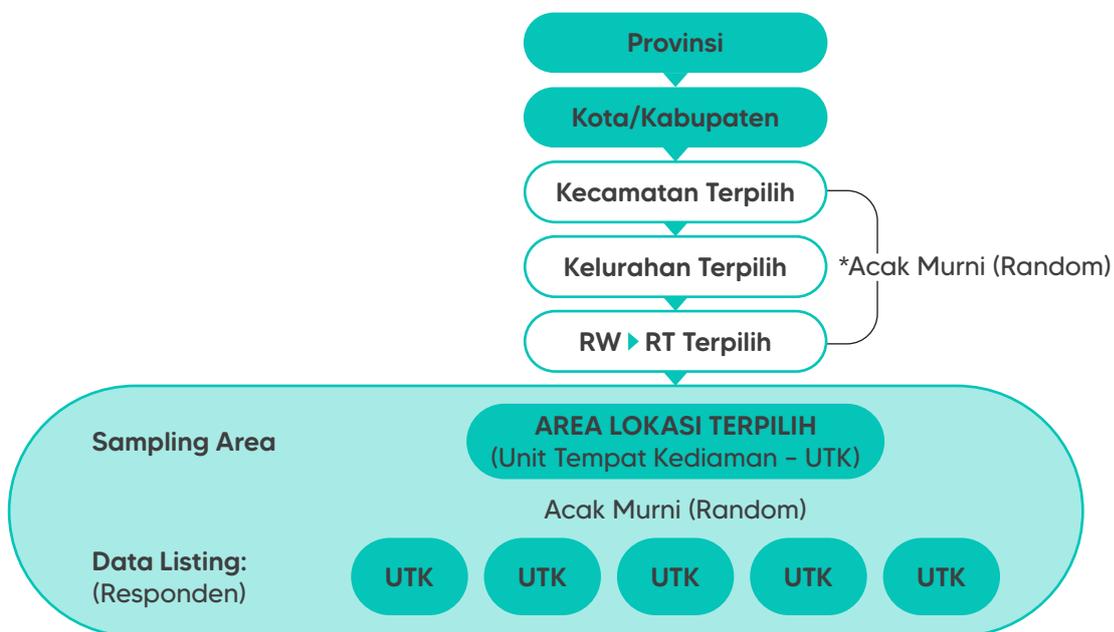
2.3.

Pengumpulan Data

Survei status literasi digital Indonesia menggunakan metode wawancara tatap muka secara langsung (*face to face interview*) dengan populasi target adalah warga negara Indonesia yang berusia 13 hingga 70 tahun dan mengakses internet. Sampel survei di 34 provinsi dan 514 kabupaten/kota ini berjumlah 10.000 responden, diperoleh dengan metode *multistage random sampling*.

Metode *multistage random sampling* atau acak bertingkat dilakukan di setiap provinsi mulai dari pemilihan kabupaten, kecamatan, kelurahan, RW, RT hingga unit tempat kediaman (UTK). Sementara responden pada UTK dipilih secara acak menggunakan *kish grid*. Metode *kish grid* adalah metode pemilihan responden yang ditentukan dengan tabel bilangan yang ditemukan oleh Leslie Kish (1949).

Acak Murni Responden



Penyebaran responden pada tiap provinsi mengikuti proporsi jumlah penduduk Indonesia berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS). Demikian juga proporsi untuk masyarakat urban dan rural, mengacu pada data BPS.

Proporsi Responden Menurut Provinsi dan Urban Rural

NO.	PROVINSI	Jumlah Kab/Kota	Jumlah Penduduk	URBAN	RURAL	TOTAL
1	Aceh	23	5.274.871	70	155	225
2	Sumatera Utara	33	14.799.361	150	425	575
3	Sumatera Barat	19	5.534.472	90	115	205
4	Riau	12	6.390.000	45	145	190
5	Jambi	11	3.548.228	40	105	145
6	Sumatera Selatan	17	8.467.432	60	225	285
7	Bengkulu	10	2.010.700	20	70	90
8	Lampung	15	9.007.848	105	215	320
9	Kep. Bangka Belitung	7	1.455.678	30	40	70
10	Kep. Riau	7	2.064.564	30	55	85
11	DKI Jakarta	6	10.562.088	395	0	395
12	Jawa Barat	27	48.274.162	1290	500	1790
13	Jawa Tengah	35	36.516.035	775	460	1235
14	DI Yogyakarta	5	3.668.719	80	30	110
15	Jawa Timur	38	40.665.696	875	535	1410
16	Banten	8	11.904.562	285	150	435
17	Bali	9	4.317.404	75	60	135
18	Nusa Tenggara Barat	10	5.320.092	95	95	190
19	Nusa Tenggara Timur	22	5.325.566	20	205	225
20	Kalimantan Barat	14	5.414.390	30	155	185
21	Kalimantan Tengah	14	2.669.969	15	100	115
22	Kalimantan Selatan	13	4.073.584	40	120	160
23	Kalimantan Timur	10	3.766.039	50	80	130
24	Kalimantan Utara	5	701.800	10	25	35
25	Sulawesi Utara	15	2.621.923	40	75	115
26	Sulawesi Tengah	13	2.985.734	20	110	130
27	Sulawesi Selatan	24	9.073.509	95	250	345
28	Sulawesi Tenggara	17	2.624.875	25	100	125
29	Gorontalo	6	1.171.681	15	35	50
30	Sulawesi Barat	6	1.419.229	10	50	60
31	Maluku	11	1.842.712	15	65	80
32	Maluku Utara	10	1.282.937	10	55	65
33	Papua Barat	13	1.134.068	10	65	75
34	Papua	29	4.303.707	15	200	215
TOTAL		514	270.193.635	4.930	5.070	10.000

Dengan jumlah sampel di atas maka *margin of error* (MOE) survei ini diperkirakan sebesar +/- 0,98% pada interval kepercayaan 95,0%.

Survei dilakukan melalui wawancara tatap muka oleh enumerator dengan menggunakan kuesioner, yang hasilnya diunggah ke aplikasi Computer Assisted Personal Interviewing (CAPI).

Pertanyaan dalam kuesioner meliputi:

1. Akses dan penggunaan internet
2. Kebiasaan bermedia sosial dan mencerna berita *online*
3. Berbagi informasi dan keamanan data pribadi
4. Paparan dan sikap terhadap hoaks
5. Mengukur Status Literasi Digital dengan meminta responden menjawab melalui parameter yang sesuai yang ada dalam empat pilar yang dibentuk indikator yakni:
 - Digital Skill
 - Digital Ethics
 - Digital Safety
 - Digital Culture

2.4.

Pretest, Uji Validitas dan Reliabilitas

Salah satu bagian terpenting dalam survei adalah alat untuk mengukur literasi digital yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Desain kuesioner dilakukan melalui tahapan *desk research*, kajian literatur dan diskusi antara Katadata dan Kementerian Kominfo.

Sebelum survei tatap muka dengan responden, dilakukan *pretest* atau *pilot testing* kuesioner. *Test* bertujuan :

- Memastikan kalimat dan istilah yang digunakan dalam pertanyaan sesuai dengan tujuan survei dan dapat dimengerti responden.
- Uji validitas dan reliabilitas terhadap indikator-indikator penyusun indeks literasi digital

Pretest dilakukan pada 4-7 September 2021, melibatkan 90 orang yang memiliki karakter yang sama dengan *target group* responden. Mereka berasal dari berbagai provinsi wilayah barat, tengah dan timur Indonesia.

Hasil Uji Validitas.

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dianggap valid jika alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004:137).

Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dan skor total item.

Poin pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan pertanyaan tersebut **mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap/valid**. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid).

Penetapan validitas data dilakukan dengan membandingkan *corrected item-total correlation* yang harus lebih besar dari 0,2702 (angka kritis r pada tabel nilai-nilai r *product moment*, dengan *degrees of freedom* $90 - 2 = 88$, $\alpha = 0,05$).

Hasil pengolahan uji validitas memperoleh angka *corrected item-total correlation* tiap atribut yang lebih besar dari 0,2702, sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut *item valid*.

Keputusan Uji Validitas Indikator Digital Literasi

No.	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keputusan
A.	Digital Skills			
1	Skills1	0,760	0,2072	Valid
2	Skills2	0,669	0,2072	Valid
3	Skills3	0,777	0,2072	Valid
4	Skills4	0,799	0,2072	Valid
5	Skills5	0,772	0,2072	Valid
6	Skills6	0,786	0,2072	Valid
7	Skills7	0,751	0,2072	Valid
8	Skills8	0,715	0,2072	Valid
B.	Digital Ethics			
1	Ethics1	0,715	0,2072	Valid
2	Ethics2	0,698	0,2072	Valid
3	Ethics3	0,823	0,2072	Valid
4	Ethics4	0,575	0,2072	Valid
5	Ethics5	0,746	0,2072	Valid
6	Ethics6	0,766	0,2072	Valid
7	Ethics7	0,747	0,2072	Valid
C.	Digital Safety			
1	Safety	0,705	0,2072	Valid
2	Safety2	0,735	0,2072	Valid
3	Safety3	0,852	0,2072	Valid

No.	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keputusan
4	Safety4	0,797	0,2072	Valid
5	Safety5	0,683	0,2072	Valid
6	Safety6	0,771	0,2072	Valid
7	Safety7	0,786	0,2072	Valid
8	Safety8	0,713	0,2072	Valid
D.	Digital Culture			
1	Culture1	0,664	0,2072	Valid
2	Culture2	0,507	0,2072	Valid
3	Culture3	0,798	0,2072	Valid
4	Culture4	0,834	0,2072	Valid
5	Culture5	0,839	0,2072	Valid
6	Culture6	0,747	0,2072	Valid
7	Culture7	0,795	0,2072	Valid

Keseluruhan indikator penyusun Empat Pilar Indeks Literasi Digital 2021 memiliki hasil yang valid dan dapat digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas (Ghozali, 2009) adalah alat untuk mengukur suatu pertanyaan yang menjadi indikator dari pilar literasi digital. Suatu pertanyaan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Reliabilitas suatu test merujuk pada **derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi**. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel

Untuk mengetahui reliabilitas maka kita membandingkan nilai r tabel dengan r hasil (nilai alpha pada *output* data). Dengan ketentuan nilai *Cronbach's Alpha* minimal adalah 0,7 artinya kuesioner tersebut reliabel, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,7 maka disimpulkan tidak reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penyusun Indeks Literasi Digital

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Digital Skills	0,943	Reliabel
2	Digital Safety	0,892	Reliabel
3	Digital Ethics	0,882	Reliabel
4	Digital Culture	0,890	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach's Alpha lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tujuh variabel tersebut adalah reliabel.

2.5.

Pengolahan dan Analisis Data

Indeks Literasi Digital dihitung dengan menggunakan pendekatan bertingkat: skor dari masing-masing indikator dikumpulkan ke dalam skor pilar, dan skor masing-masing pilar dikumpulkan menjadi skor keseluruhan indeks. Setiap indikator membawa bobot yang sama untuk skor masing-masing pilar.

Skor indikator Status Literasi Digital dihitung dengan skala 1 sampai 5, sesuai dengan Skala Likert yang digunakan saat survei, untuk menyelaraskan setiap indikator. Skor 1 artinya terburuk untuk suatu indikator, dan skor 5 artinya terbaik untuk suatu indikator. Semakin besar skor, semakin tinggi literasi digital.

Skor indikator dihitung dengan menggunakan rata-rata dari seluruh responden yang diobservasi di suatu provinsi. Selanjutnya, skor sub-indeks merupakan rata-rata dari seluruh indikator di sub-indeks tersebut. Terakhir, rata-rata dari seluruh sub-indeks menjadi skor akhir Status Literasi Digital.

Skor Indeks Literasi Digital dan data hasil survei lainnya lalu ditabulasikan dan dipetakan dalam grafik-grafik untuk dianalisis lebih lanjut, terdiri dari:

- Penggunaan internet di Indonesia
- Perilaku penggunaan internet dan akses informasi
- Kemampuan mengenali hoaks
- Profil responden

03

Perilaku dalam Penggunaan *Platform* Digital

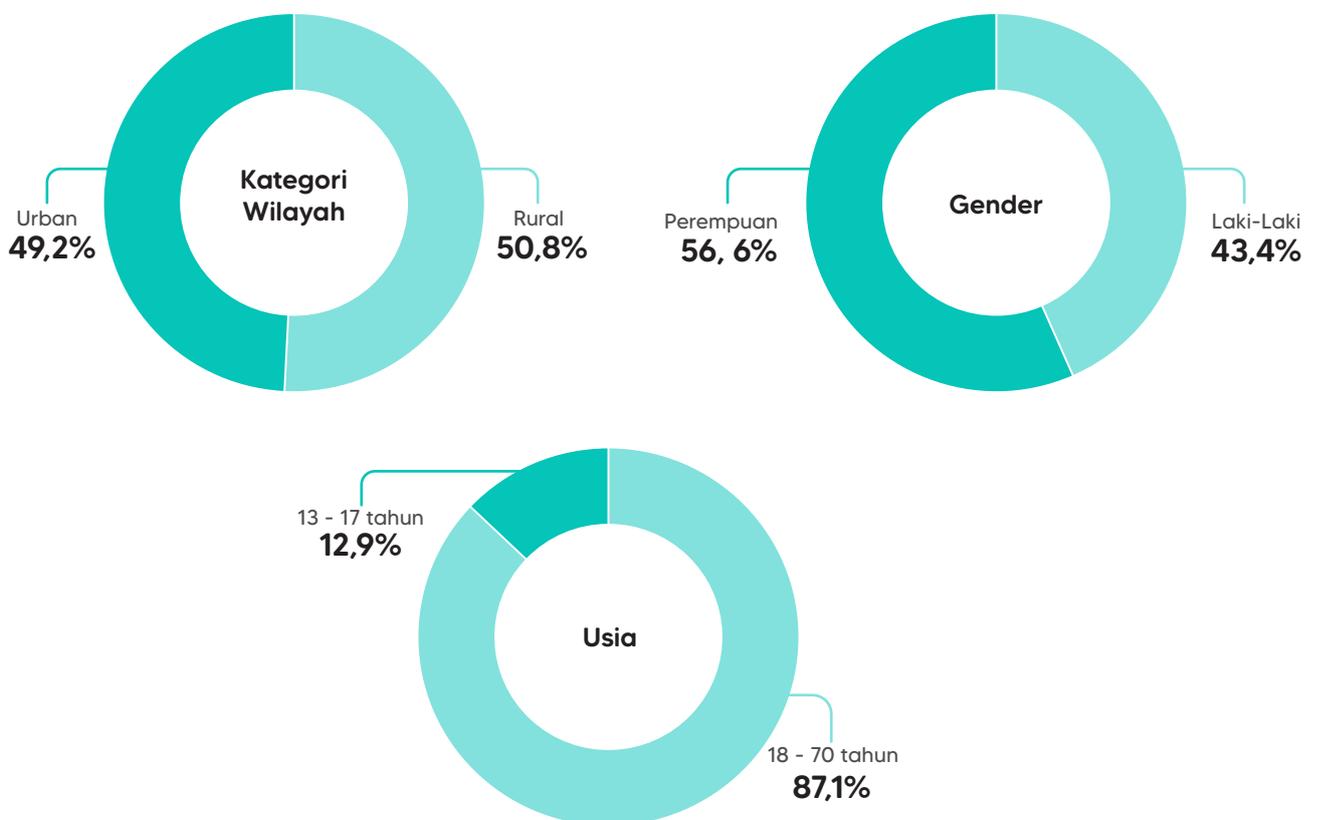


3.1

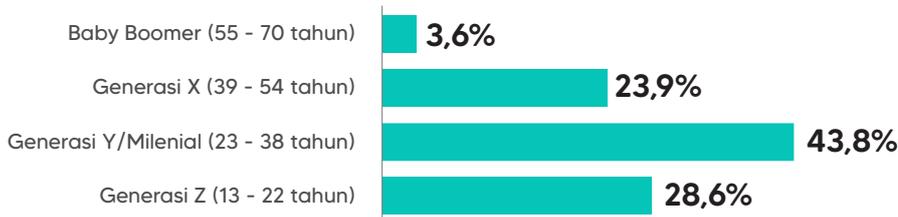
Profil Responden Survei

Bagian ini menampilkan profil dari 10.000 orang yang menjadi responden survei. Usia responden survei literasi digital ini berada pada rentang 13 tahun hingga 70 tahun, dengan 12,9% responden berusia 13-17 tahun dan 87,1% berusia 18-70 tahun. Mayoritas responden lulusan SMA atau sederajat dan berasal dari *Socio Economic Status (SES) C. Socio Economic Status (SES)* adalah sebuah klasifikasi yang memetakan keluarga berdasarkan kemampuan ekonomi dan status sosialnya.

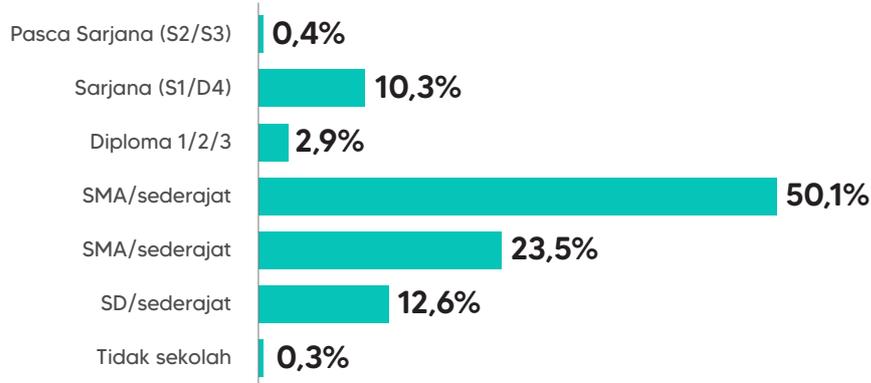
Grafik 3.1 Profil Responden



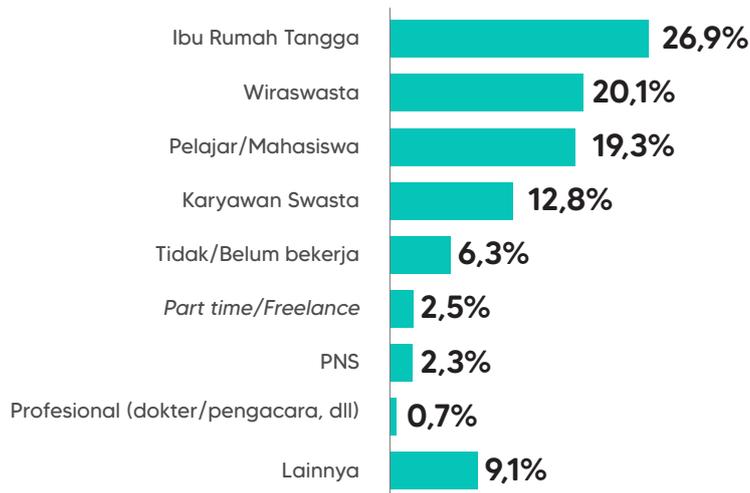
Profil Generasi



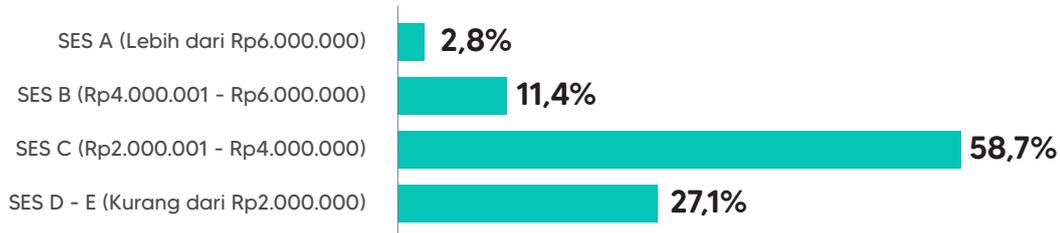
Profil Pendidikan Terakhir



Profil Pekerjaan



Profil SES (berdasarkan pengeluaran rutin bulanan)



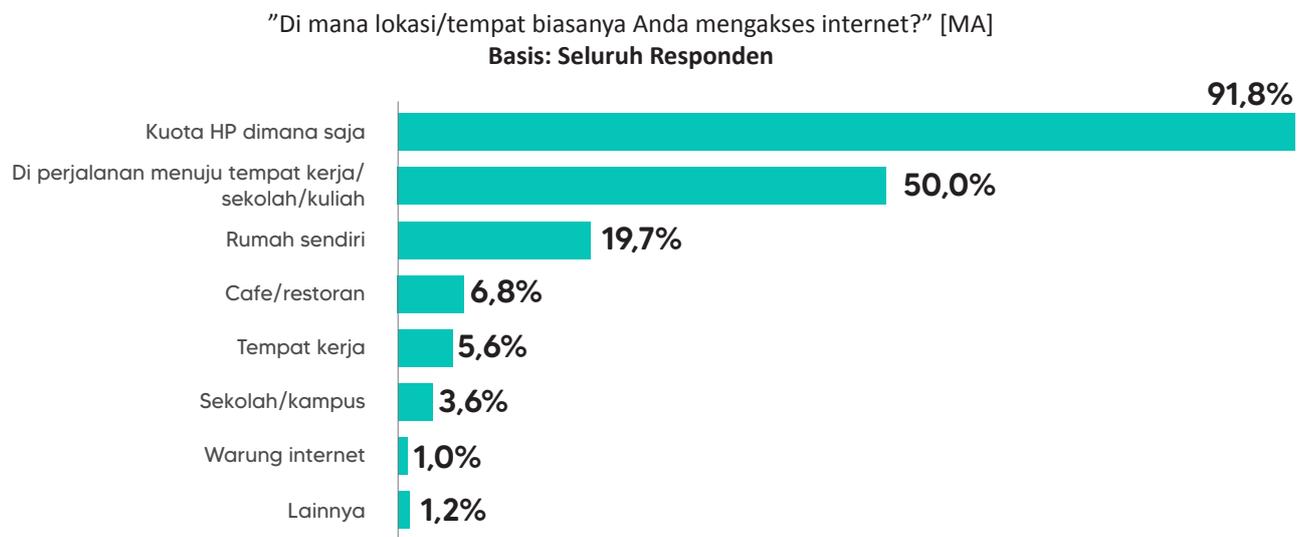
3.2

Akses dan Penggunaan Internet

Terkait akses internet, pada tahun 2021 ini sebanyak 99,7% responden telah mendapatkan sinyal telepon seluler di sekitar tempat tinggalnya. Angka ini meningkat dibandingkan tahun 2020 saat hanya 96,5% yang memiliki sinyal telepon seluler. Namun, 88,9% responden masih mengalami kendala ketidakstabilan jaringan sehingga koneksi sering putus.

Mayoritas responden mengalokasikan Rp 50.000-100.000 per bulan untuk kebutuhan akses internet. Selain itu, mayoritas responden mengakses internet di mana saja menggunakan *handphone*.

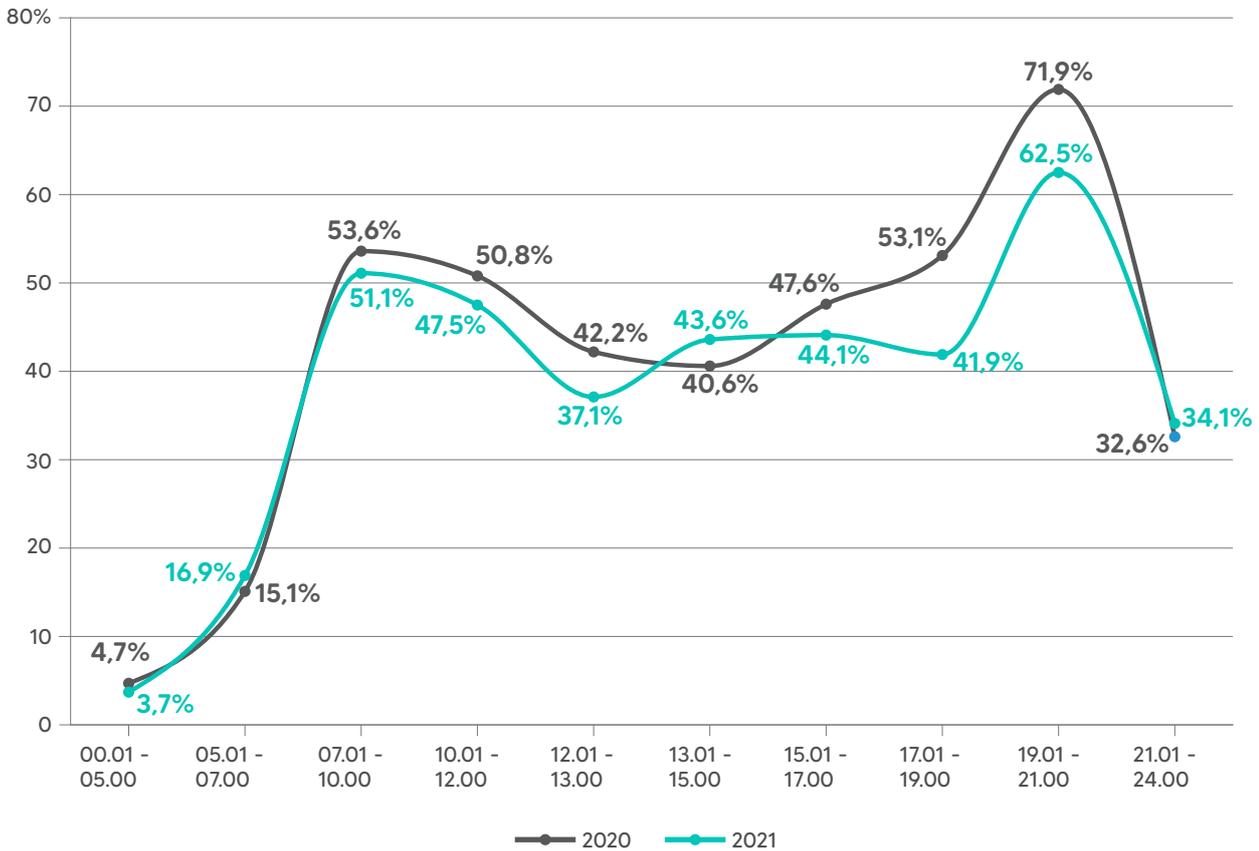
Grafik 3.2 Lokasi Akses Internet



Pola waktu akses internet responden memiliki kemiripan dengan tahun lalu, dimana mayoritas responden mengakses internet pada pukul 19.01 – 21.00 yaitu jam setelah aktivitas sehari-hari, dan kedua terbesar pada pukul 07.01 – 10.00 di pagi hari atau jam sebelum dimulainya aktivitas harian.

Grafik 3.3 Rentang Jam Akses Internet

“Pada jam berapa Anda paling sering mengakses internet?[SA]
Basis: Seluruh responden



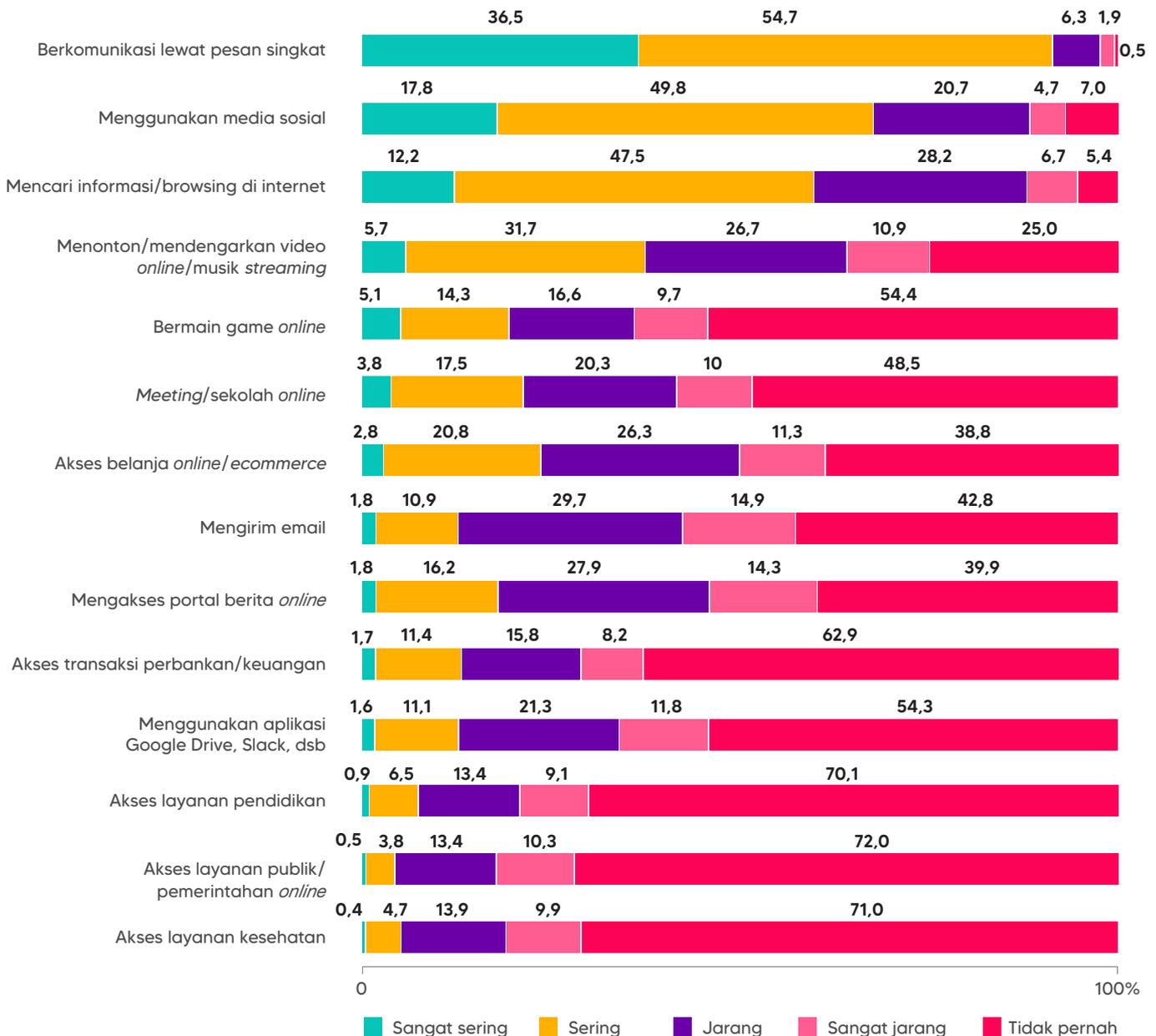
Responden juga paling banyak (91,2%) berkomunikasi melalui pesan singkat saat menggunakan internet. Selain itu, aktivitas seperti mencari informasi dan menggunakan sosial media juga merupakan aktivitas yang sering dilakukan oleh responden.



Grafik 3.4 Frekuensi Akses Internet Untuk Aktivitas Terkait

“Seberapa sering Anda mengakses/menggunakan internet untuk kegiatan berikut ini: ” [SA]

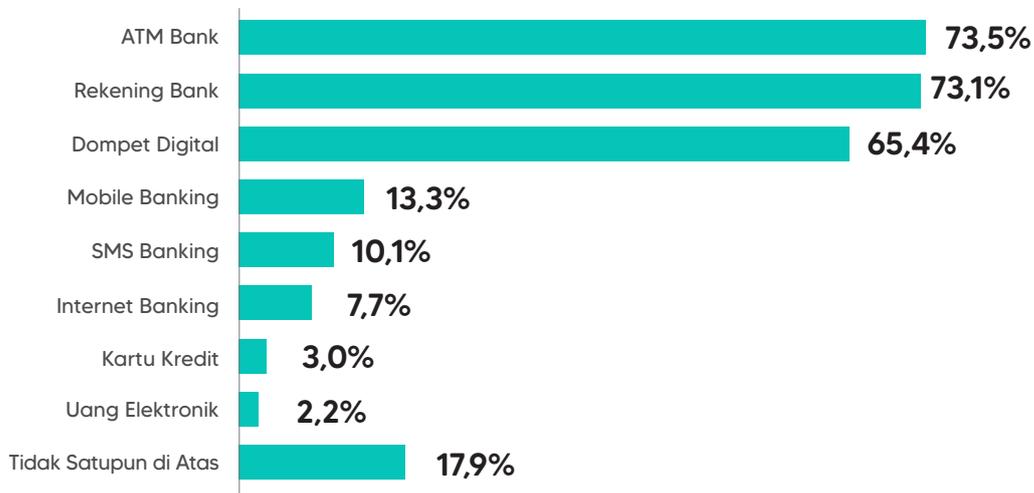
Basis: Seluruh responden



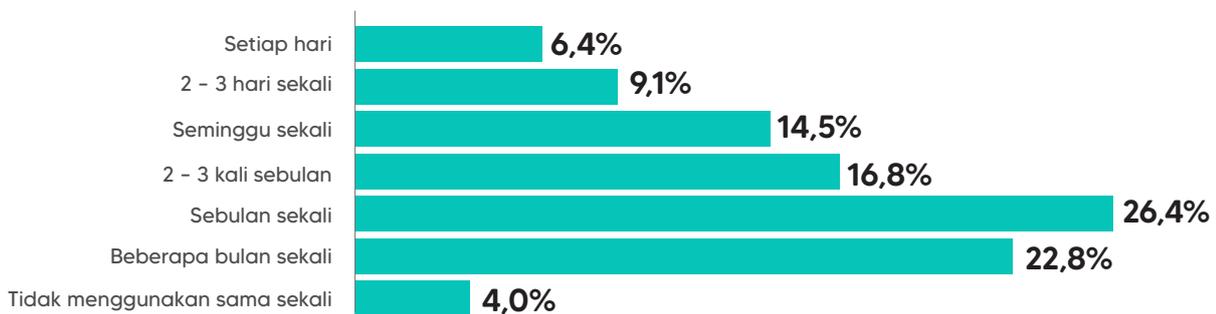
Untuk layanan perbankan, mayoritas responden telah menggunakan ATM serta rekening bank. Namun, penggunaan layanan keuangan digital masih tergolong rendah yaitu di rentang 3%-16%. Terlebih lagi, frekuensi penggunaan dompet digital oleh sebagian responden ini hanya satu kali dalam sebulan.

Grafik 3.5 Layanan Finansial Digital yang Digunakan dan Frekuensi Penggunaan

“Dari layanan perbankan berikut ini, mana yang Anda punya dan gunakan?” [MA]
 Basis: Seluruh responden



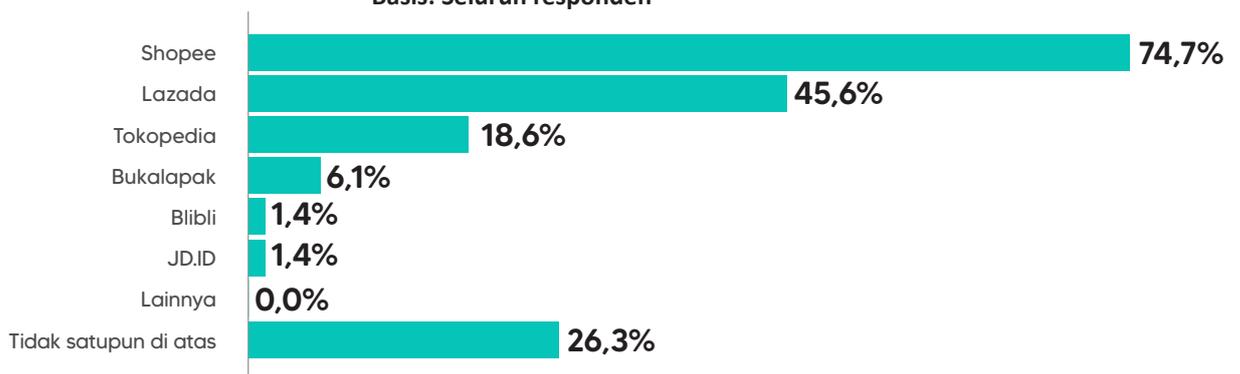
“Bagaimana frekuensi Anda menggunakan dompet digital saat ini?” [SA]
 Basis: Responden yang menggunakan dompet digital



Untuk penggunaan *e-commerce* yang paling banyak digunakan di antara responden adalah Shopee, Lazada, serta Tokopedia. Namun, frekuensi berbelanja melalui *e-commerce* oleh mayoritas responden pun hanya satu kali dalam sebulan.

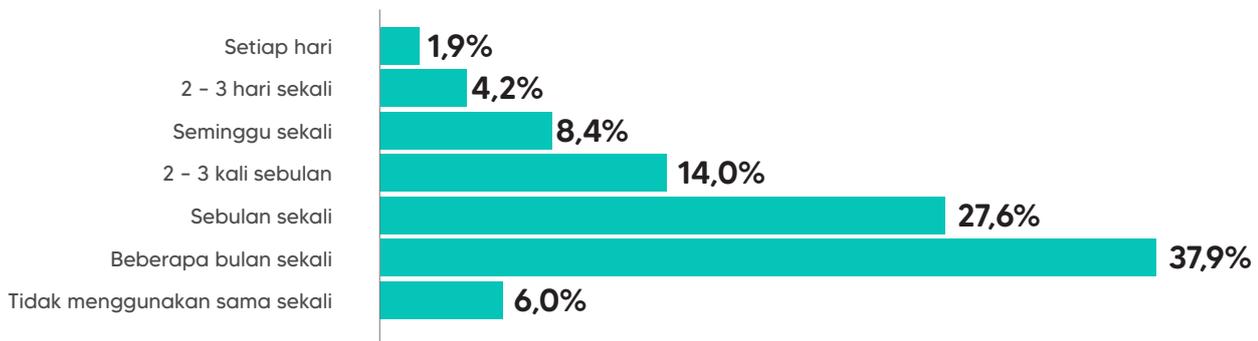
Grafik 3.6 Layanan Belanja Online yang Digunakan dan Frekuensi Penggunaan

“Dari *marketplace* berikut ini, mana yang Anda pasang/instal dan gunakan di *handphone*?” [MA]
 Basis: Seluruh responden



“Bagaimana frekuensi Anda berbelanja di *marketplace* saat ini?” [SA]

Basis: Responden yang menggunakan *marketplace*



3.3

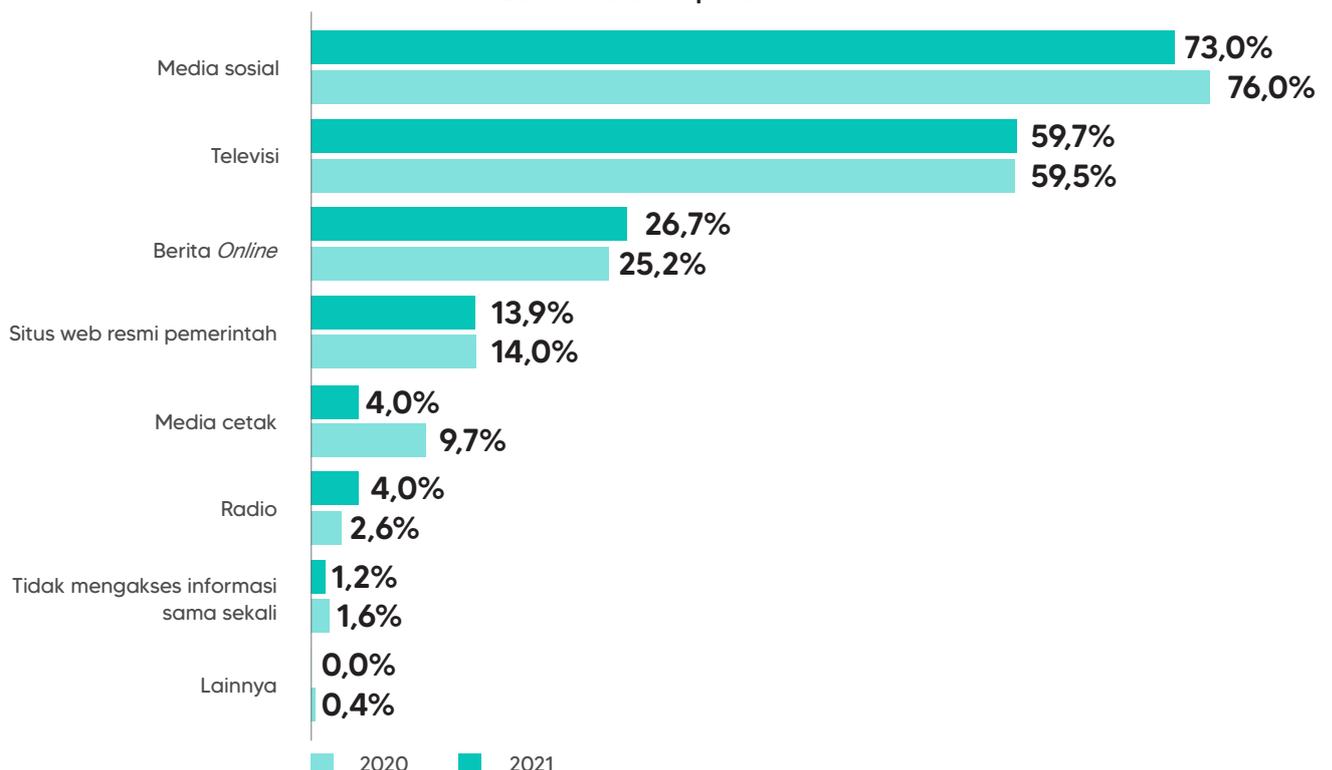
Kebiasaan Bermedia Sosial dan Mencerna Berita Online

Kebiasaan bermedia sosial, serta mencerna berita *online* juga turut diukur. Hal ini berkaitan dengan informasi digital yang dikonsumsi serta perilaku masyarakat dalam interaksi di dunia maya.

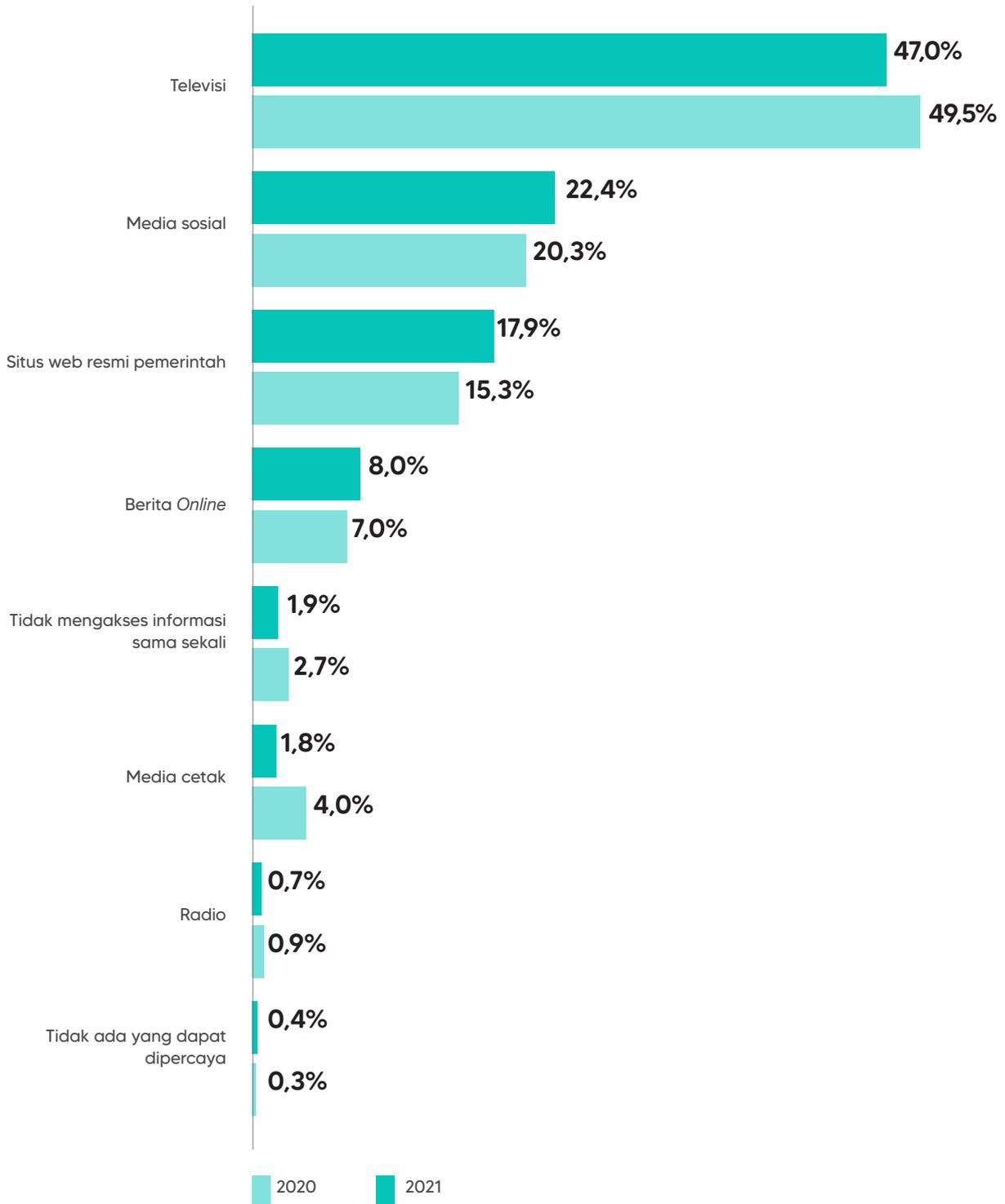
Grafik 3.7 Sumber Informasi, Sumber Media yang Dipercaya, dan Media Sosial yang Paling Dipercaya

“Manakah dari sumber berikut yang biasanya Anda akses untuk mendapatkan informasi?” [MA]

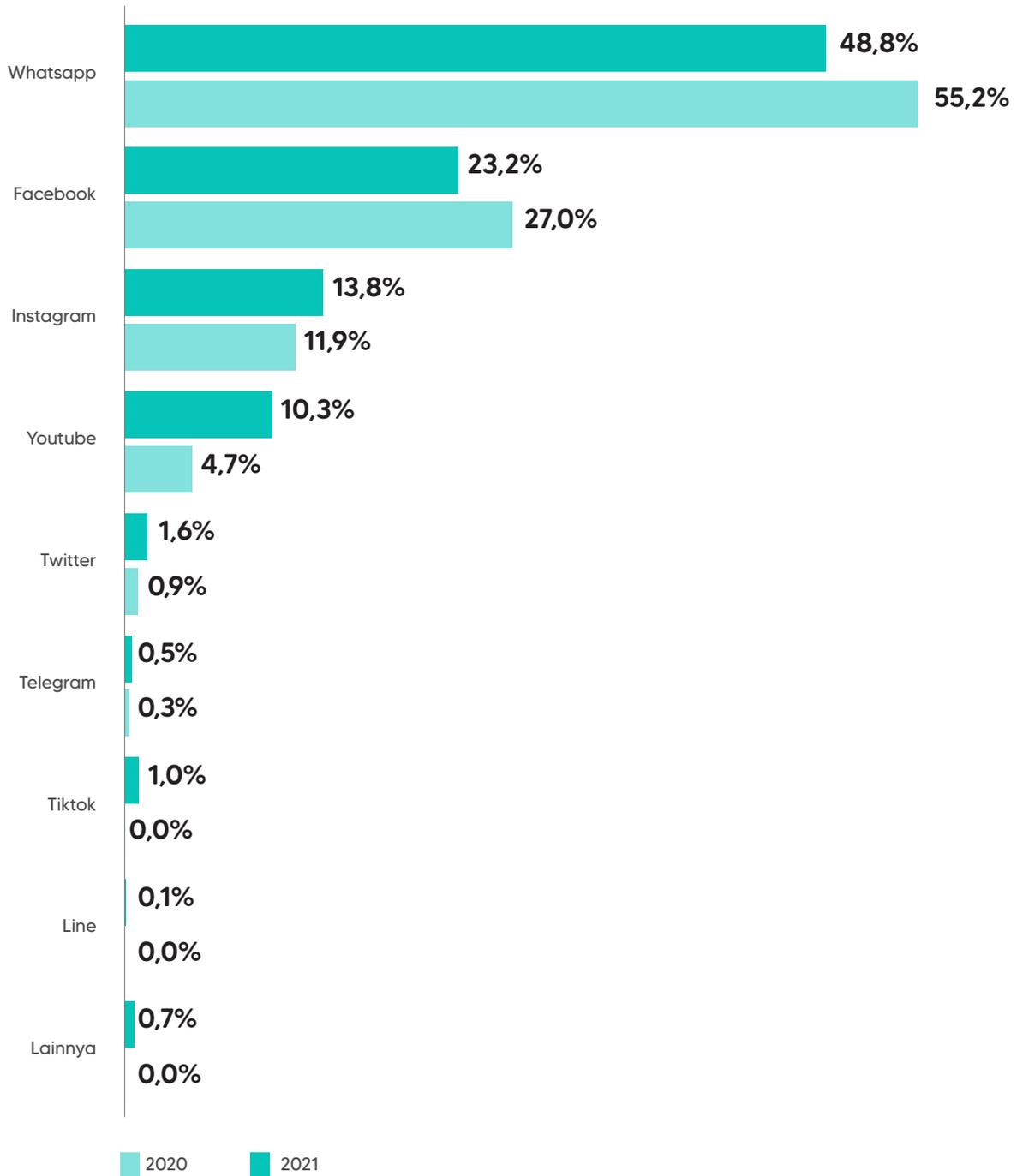
Basis: Seluruh responden



“Sebutkan sumber media yang paling Anda percaya untuk mendapatkan informasi?” [SA]
Basis: Seluruh responden



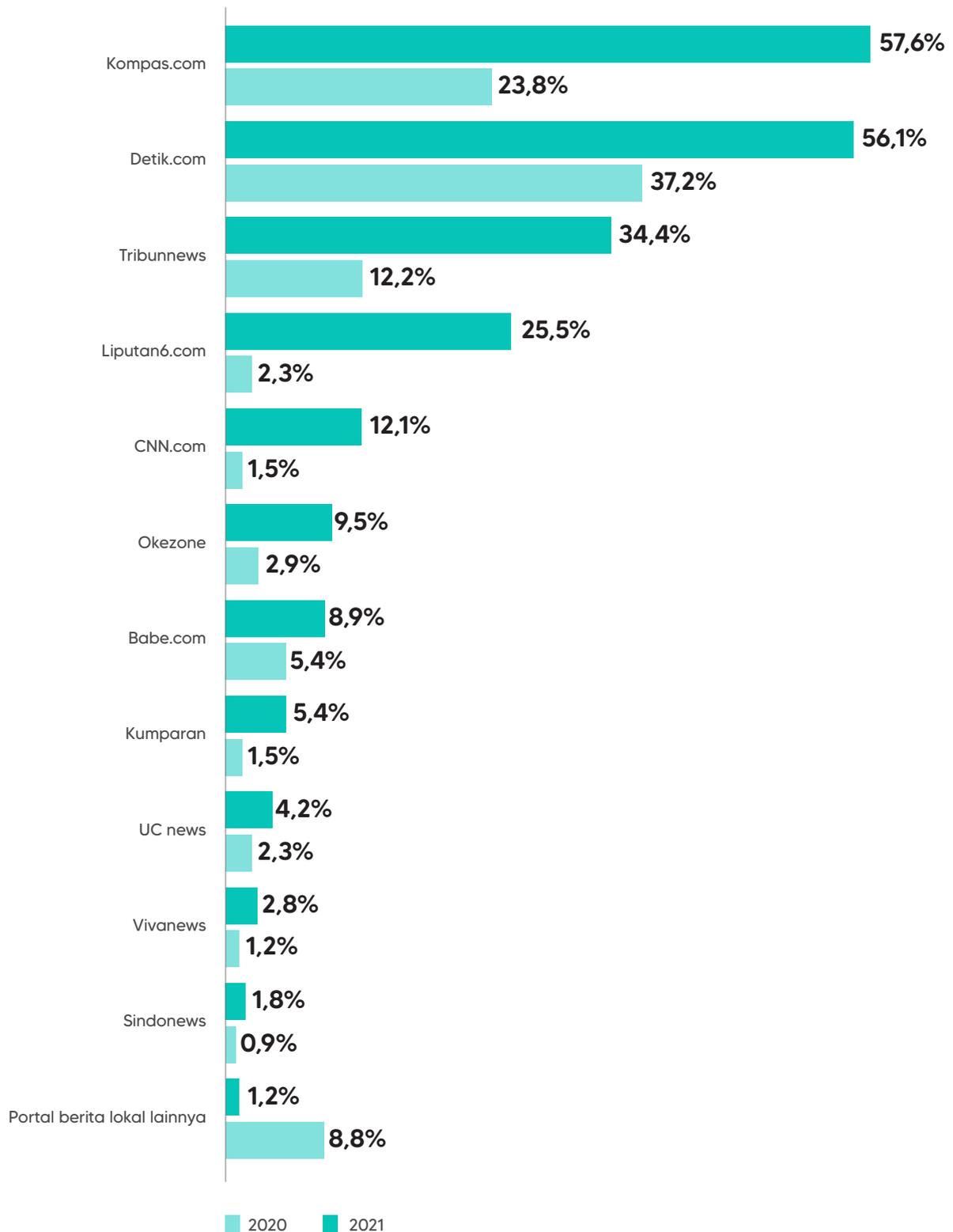
“Sebutkan media sosial yang paling Anda percaya? [SA]
Basis: Responden yang sumber informasi utamanya medsos



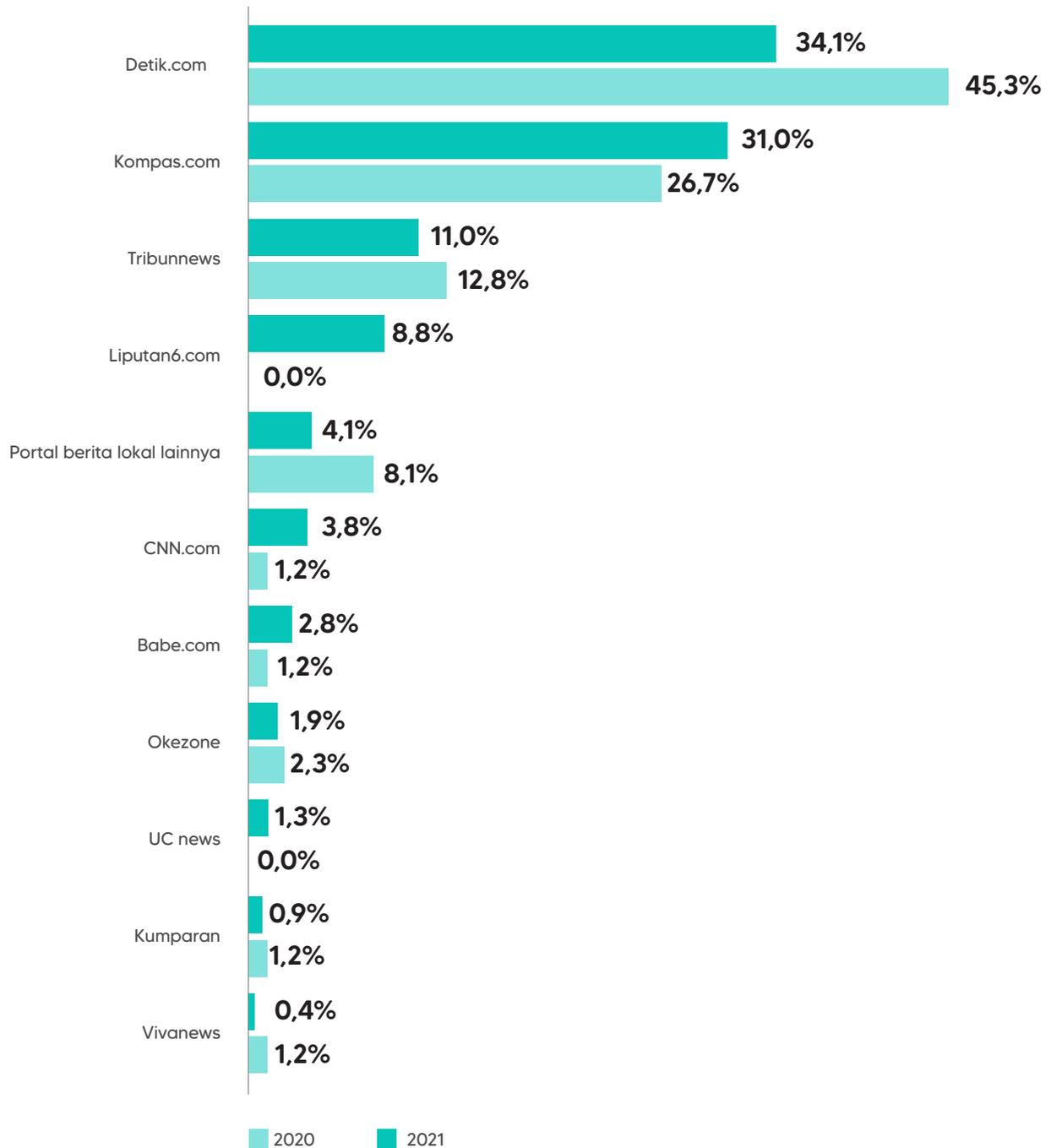
Secara tren, kebiasaan mengakses informasi, sumber media yang dipercaya, serta media sosial yang paling dipercaya ini tidak berbeda dengan tahun sebelumnya. Sumber informasi yang sering diakses oleh masyarakat adalah dari media sosial, namun televisi masih menjadi media yang paling dipercaya. Sementara itu, media sosial Whatsapp dan Facebook mengalami penurunan kepercayaan dibandingkan tahun sebelumnya. Hal sebaliknya dialami oleh Instagram dan Youtube, kedua media sosial ini justru mengalami peningkatan kepercayaan.

Grafik 3.8 Portal Berita *Online* yang Biasa Diakses dan Dipercaya

“Sebutkan nama portal berita *online* yang biasanya Anda akses?” [MA]
 Basis: Responden yang mengakses berita *online*



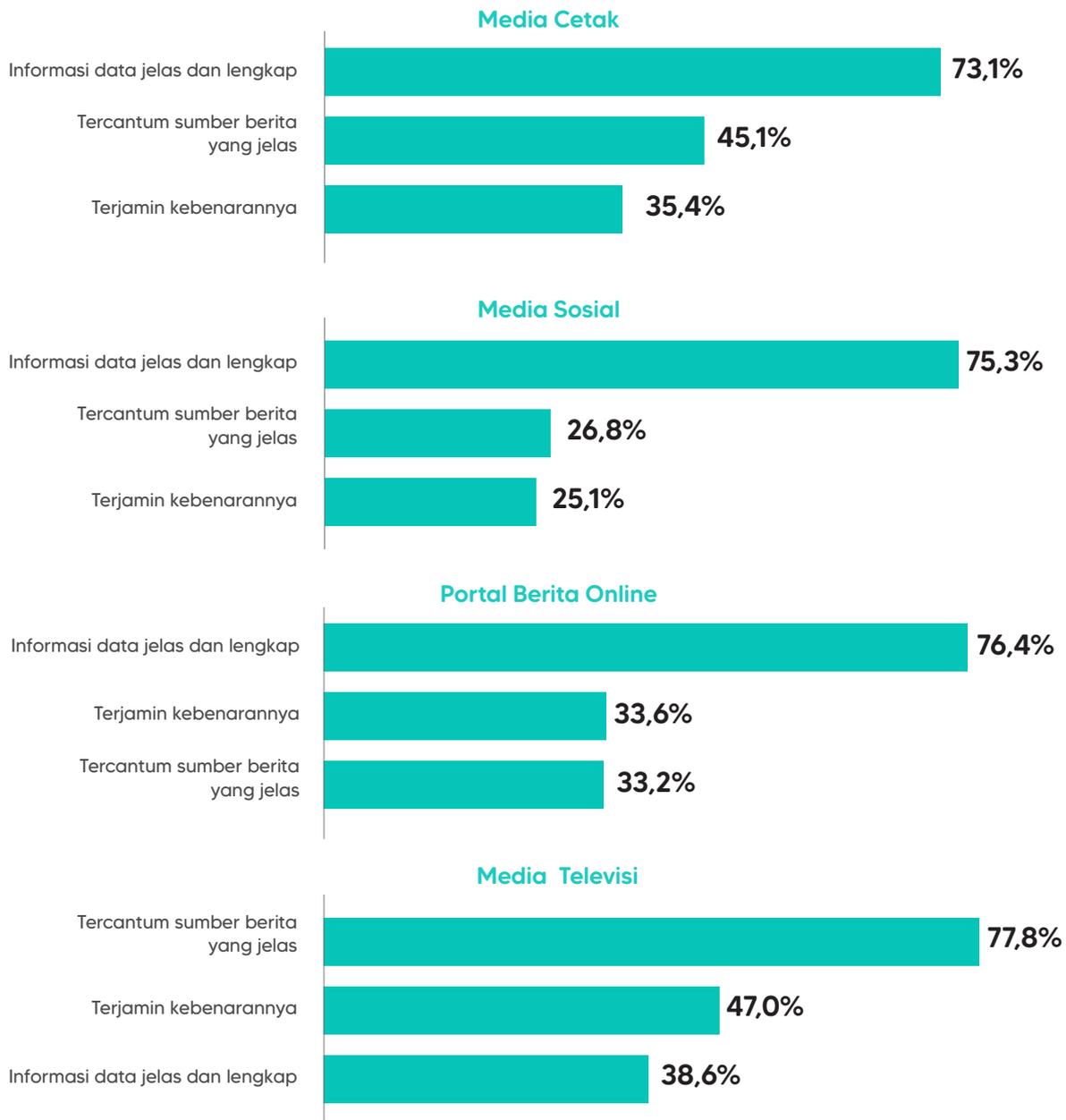
“Sebutkan nama portal berita *online* yang paling Anda percaya?” [SA]
 Basis: Responden yang percaya informasi berita *online*



Media *online* yang paling banyak diakses oleh responden adalah Kompas.com dan Detik.com yang mencapai 57,6% dan 56,1%. Kompas.com meningkat menjadi media *online* paling banyak diakses di tahun 2021 ini, menggeser Detik.com yang berada di peringkat pertama tahun lalu. Namun, media *online* yang dipercaya oleh responden masih ditempati oleh Detik.com di peringkat pertama.

Grafik 3.9 Alasan Percaya pada Suatu Sumber Media

“Alasan mengapa sumber tersebut yang dipercaya? [MA]
 Basis: Seluruh responden



Alasan responden percaya pada media sosial, portal berita *online*, maupun media cetak, adalah bahwa dari media tersebut informasi data yang disajikan jelas dan lengkap. Namun, alasan utama responden percaya pada media televisi adalah tercantum sumber berita yang jelas.

Grafik 3.10 Kebiasaan Positif dan Negatif Saat Membaca Berita

“Apakah anda pernah melakukan hal di bawah ini saat membaca berita?” [SA]

Basis: Seluruh responden

Kebiasaan Negatif

Tetap membaca berita walau terdapat salah eja/salah ketik/typo



Tidak mempermasalahkan pengutipan berita dengan sumber anonim atau tidak ada sumbernya sama sekali

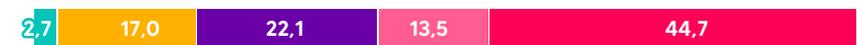


Tetap membaca berita yang tidak mencantumkan nama penulisnya



Kebiasaan Positif

Membaca lebih dari satu sumber media *online* untuk isu yang sama



Memeriksa alamat website/domain berita yang aneh, seperti akun tiruan yang mirip media mainstream seperti kompass.com dll



Membaca informasi *about us/* tentang kami untuk mengetahui latar belakang media *online/* website

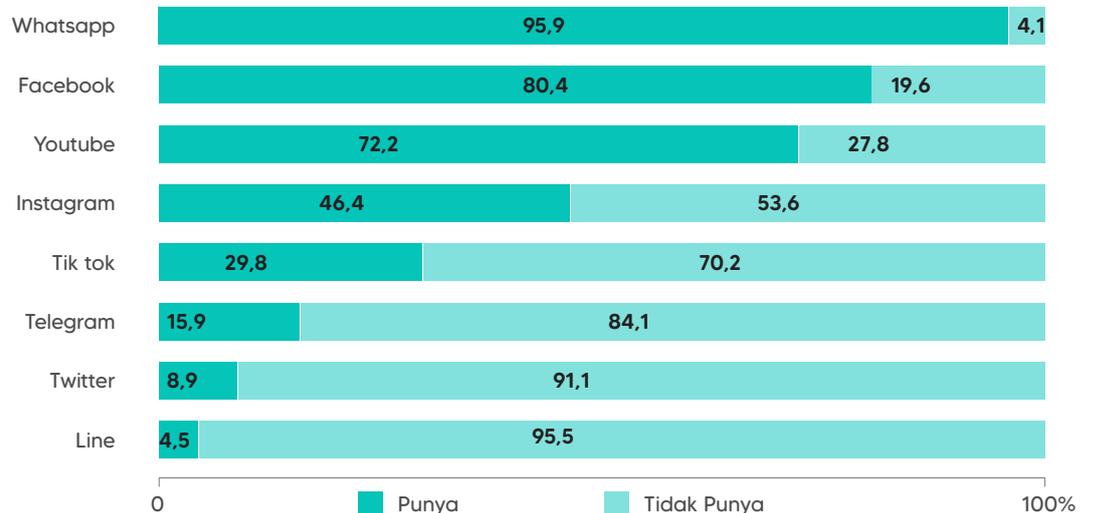


Terkait dengan kebiasaan membaca berita *online*, kebiasaan positif saat membaca berita *online* lebih jarang dilakukan dibandingkan kebiasaan negatif. Bahkan, lebih dari setengah responden tidak pernah memeriksa alamat website yang aneh dan tidak pernah membaca informasi terkait latar belakang media *online* tersebut.

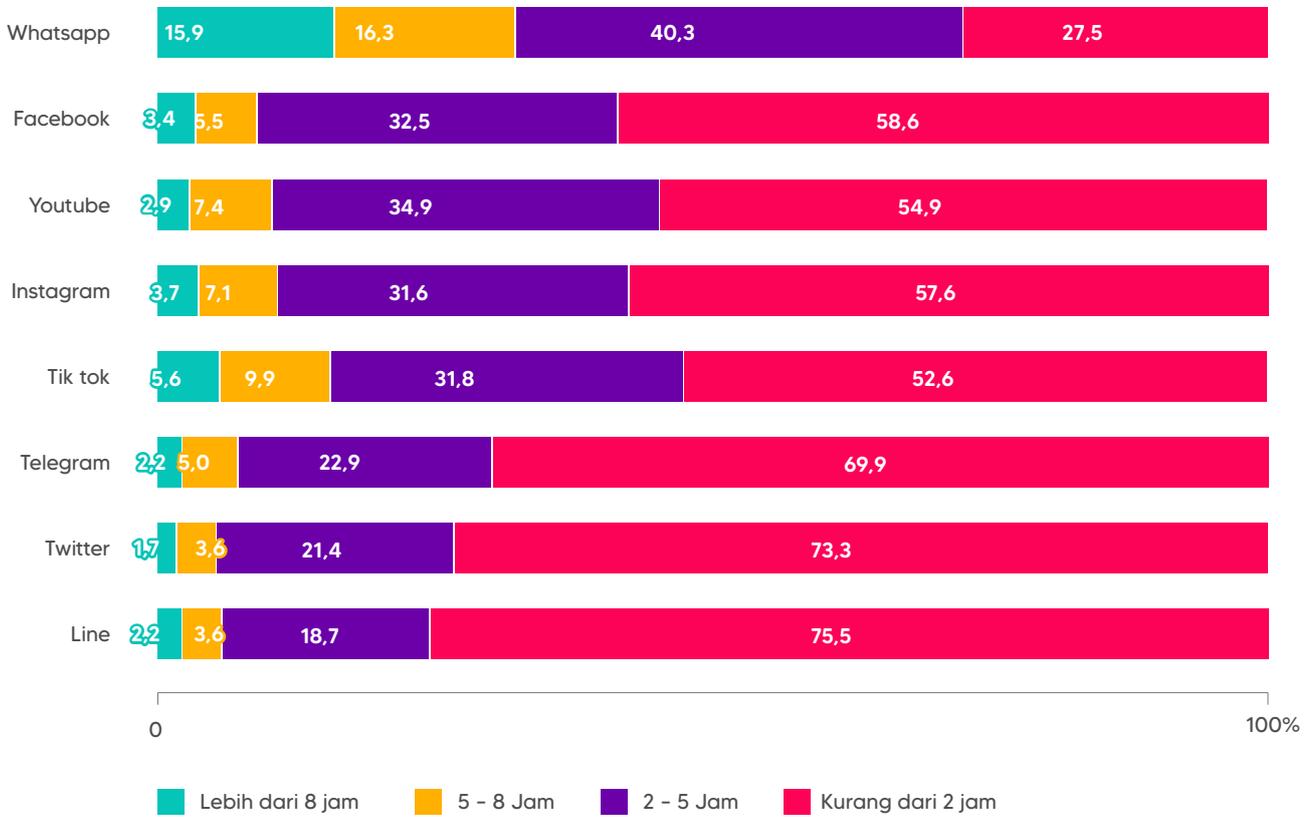
Grafik 3.11 Akses dan Frekuensi Media Sosial

“Media sosial apa yang Anda miliki?” [SA]

Basis: Seluruh responden



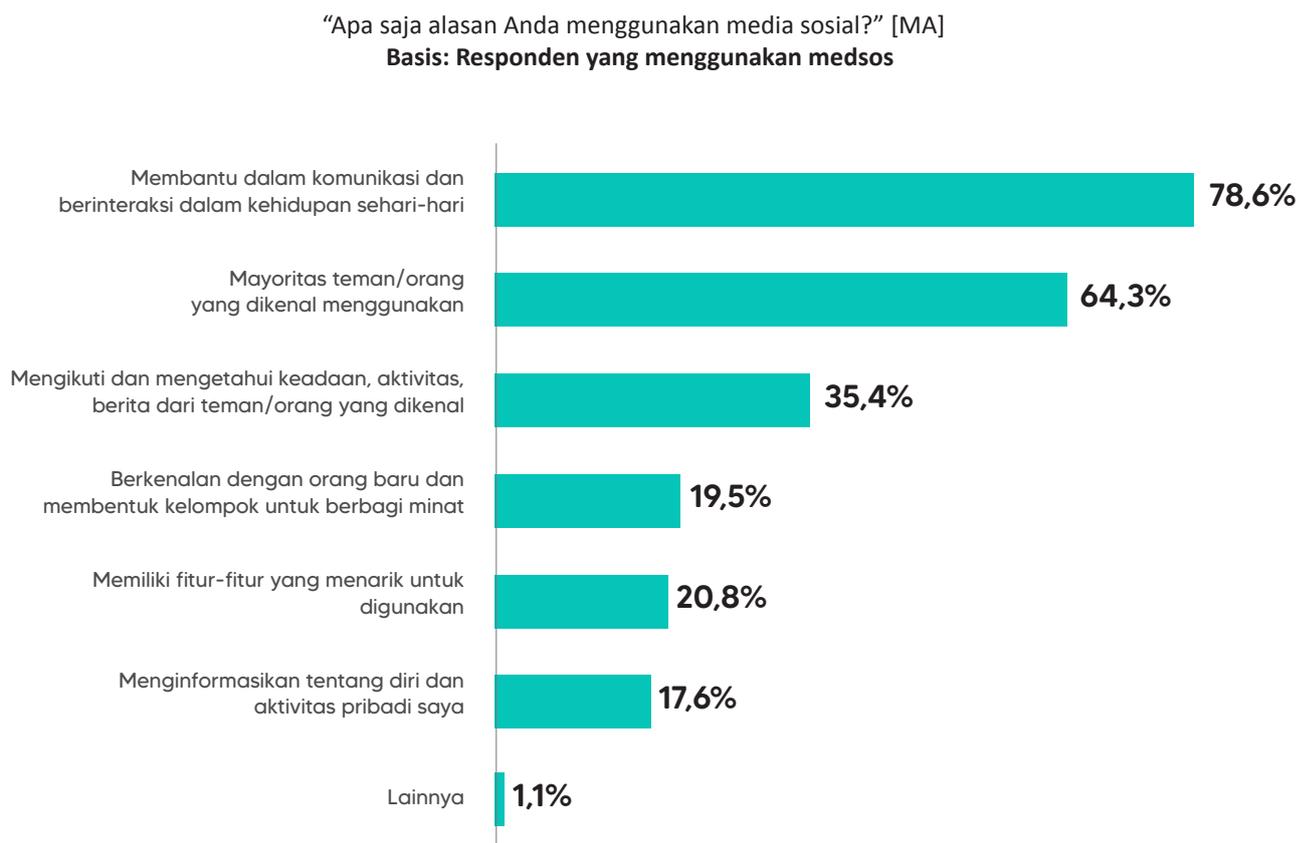
“Seberapa lama Anda mengakses media sosial tersebut dalam sehari?” [SA]
Basis: Responden yang mengakses medsos tersebut



Terkait dengan penggunaan media sosial, Whatsapp merupakan media sosial yang diakses oleh hampir seluruh responden. Sementara itu, Tik Tok merupakan aplikasi yang cukup populer dalam setahun belakangan. Tahun lalu Tik Tok diakses oleh 16,7%, sementara tahun ini mencapai 29,8% responden.

Fenomena Tik Tok pun terlihat dari rata-rata durasi penggunaan media sosial tersebut. Tik Tok digunakan lebih dari 2 jam per hari oleh 47,4% responden, mengalahkan Facebook dan Instagram. Sementara itu, Whatsapp merupakan aplikasi yang paling lama digunakan per hari. Bahkan, 72,5% menggunakan Whatsapp lebih dari 2 jam per hari.

Grafik 3.12 Alasan Menggunakan Media Sosial

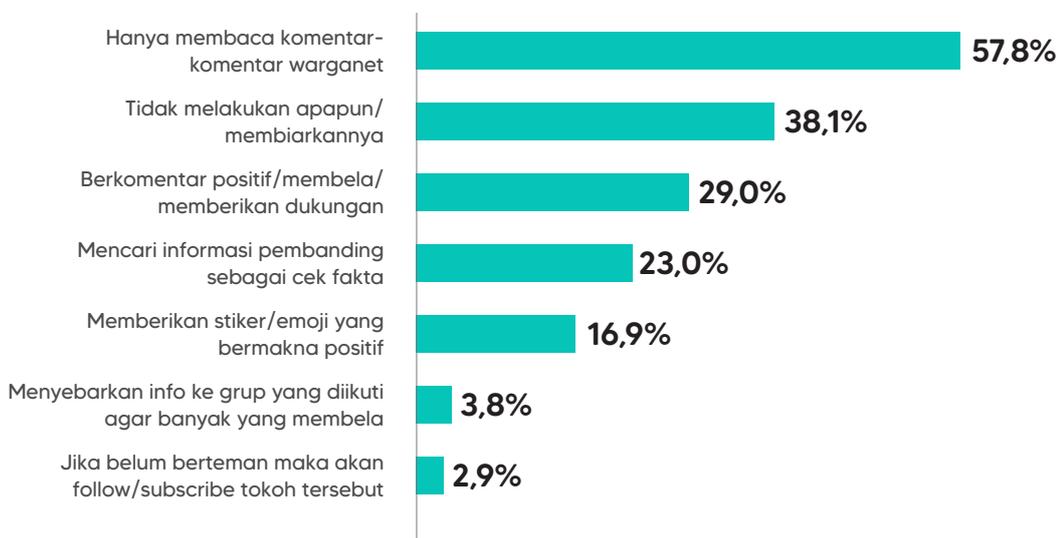


Bagi mayoritas orang, penggunaan media sosial adalah untuk membantu komunikasi dan interaksi sehari-hari. Selain itu, 64,3% mengatakan bahwa teman atau orang-orang yang dikenal juga menggunakan media sosial yang sama.

Grafik 3.13 Perilaku di Media Sosial Terkait Tokoh Idola dan Tokoh Dibenci

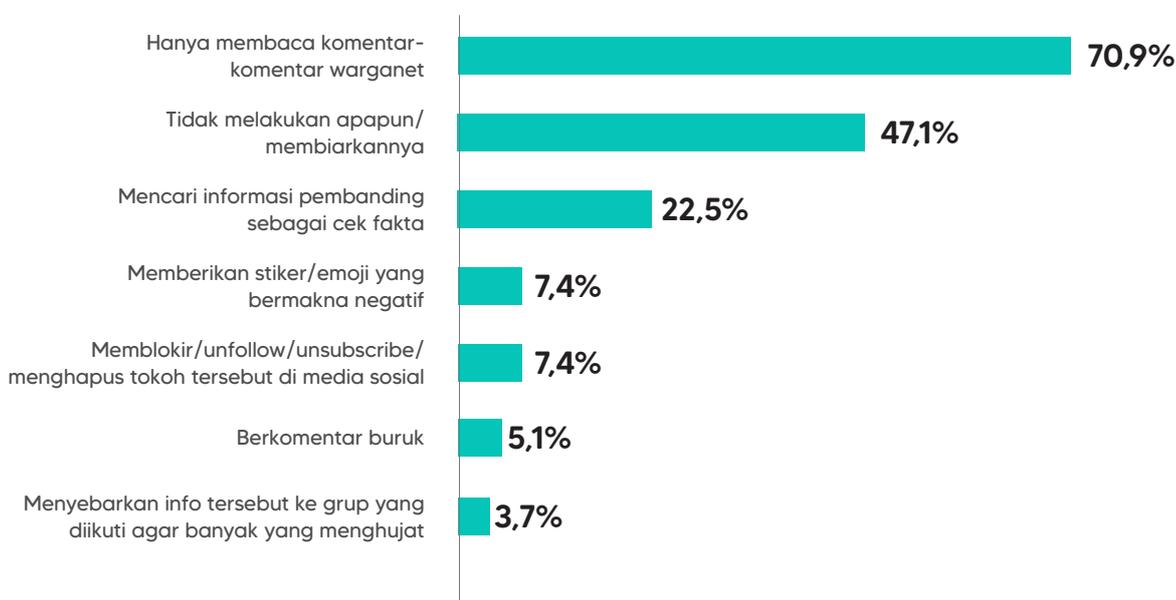
” Jika ada postingan di media sosial Anda terkait tokoh yang Anda idolakan melakukan perbuatan yang buruk dan berpotensi dihujat oleh warganet, apa yang Anda lakukan di media sosial Anda?” [MA]

Basis : Seluruh responden



” Jika ada postingan di media sosial Anda terkait tokoh yang Anda benci melakukan perbuatan yang buruk dan berpotensi dihujat oleh warganet, apa yang Anda lakukan di media sosial Anda?” [MA]

Basis : Seluruh responden



Ada pergeseran perilaku responden di masyarakat dalam beraktivitas di media sosial jika terkait dengan tokoh yang diidolakan atau tokoh yang dibenci. 57,8% responden hanya akan membaca komentar-komentar orang lain di internet terkait tokoh yang mereka idolakan. Namun, aktivitas ini dilakukan 12,3% lebih banyak responden jika ada informasi terkait tokoh yang dibenci. Meski demikian, hanya 5,1% yang mengaku ikut memberikan komentar buruk terkait tokoh yang dibenci tersebut di media sosial.

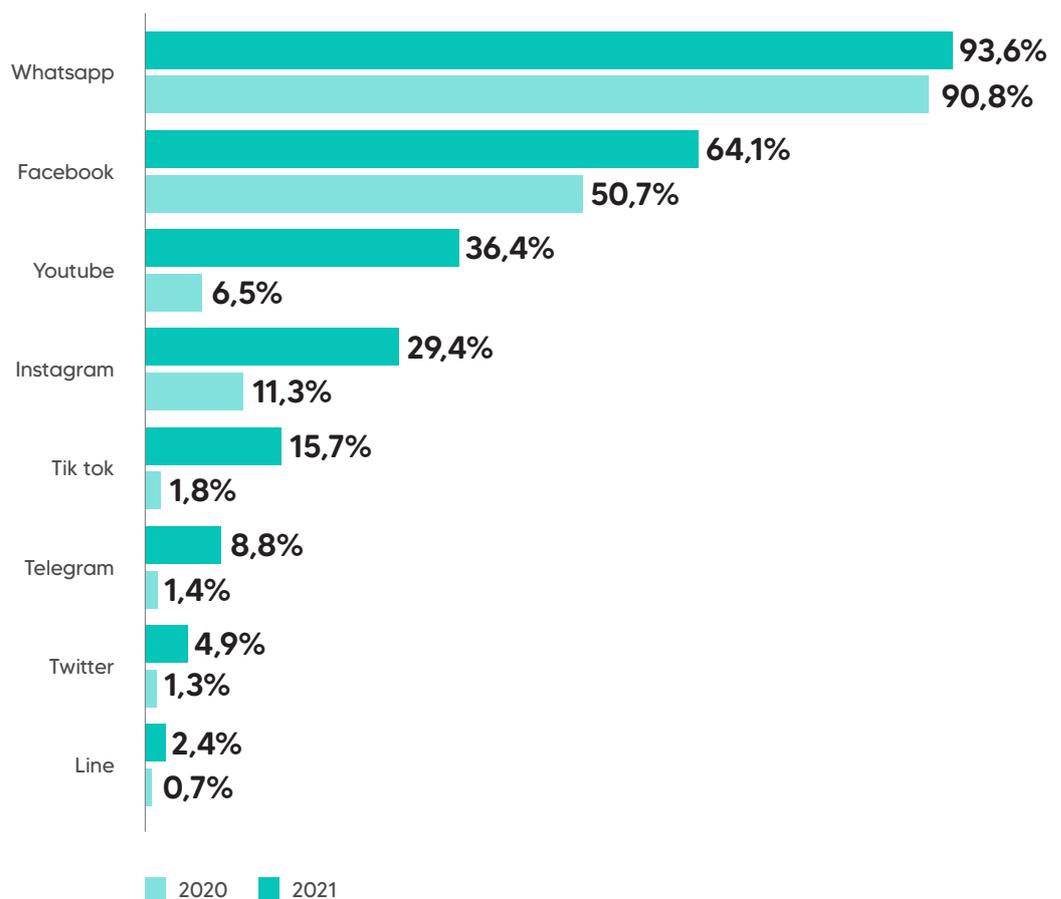
3.4

Berbagi informasi dan keamanan data pribadi

Data pribadi seringkali tercantum di media sosial masing-masing orang. Contohnya mencantumkan nama, *email*, tanggal lahir, dan bahkan nomor telepon. Selain mencantumkan informasi tersebut, masyarakat juga terkadang secara tidak sadar membagikan informasi-informasi pribadi lainnya.

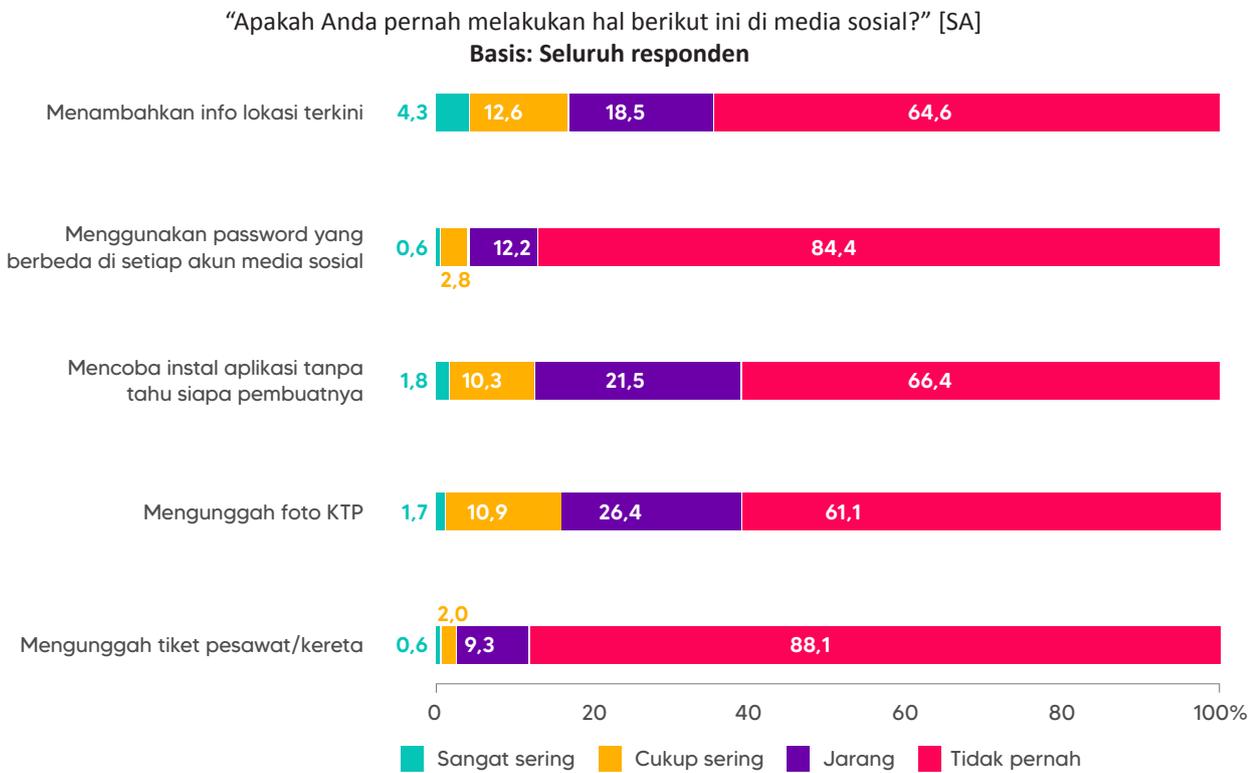
Grafik 3.14 Media Sosial Untuk Menyebarkan Informasi

“Media sosial apa yang Anda gunakan untuk berbagi, menyebarkan dan meneruskan informasi?” [MA]
Basis: Seluruh responden



Dalam bermedia sosial, sebanyak 93,6% responden menggunakan media sosial Whatsapp untuk berbagi dan meneruskan informasi. Diikuti oleh Facebook sebanyak 64,1%. Keluarga dan saudara merupakan paling banyak membagikan informasi kepada responden. Begitu juga dalam hal meneruskan informasi, diakui oleh 74,6% meneruskan kembali informasi yang diterima kepada keluarga atau saudara mereka.

Grafik 3.15 Perilaku di Media Sosial



Beberapa hal yang sering dilakukan oleh sekitar 16% responden di media sosial adalah menambahkan info lokasi terkini. Selain itu, mencoba instal aplikasi tanpa tahu siapa pembuatnya, serta mengunggah foto KTP juga termasuk yang dilakukan oleh responden. Padahal, kegiatan-kegiatan di media sosial seperti itu memiliki risiko untuk disalahgunakan oleh orang lain, karenanya perlu dibangun kesadaran yang lebih tinggi agar masyarakat memahami dan dapat bermedia sosial dengan lebih bijak.

3.5

Paparan dan sikap terhadap hoaks

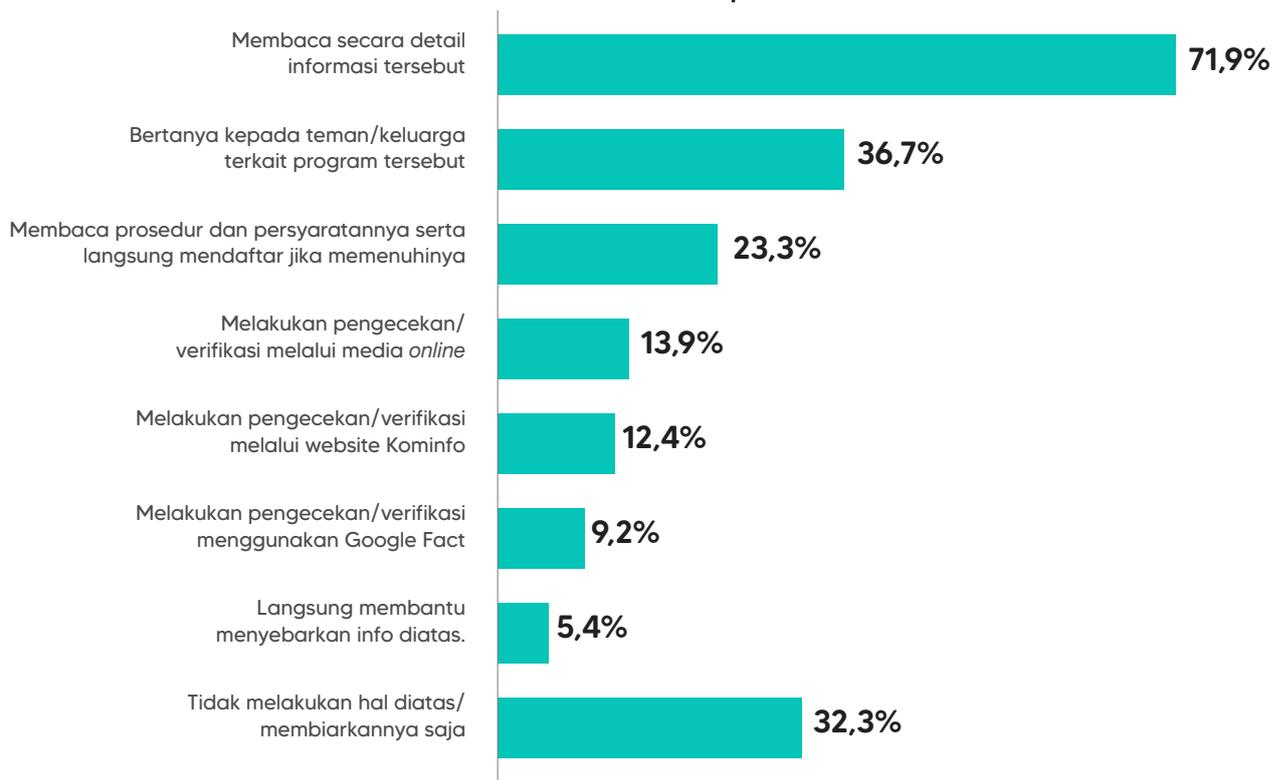
Informasi dan berita bohong cukup banyak beredar di masyarakat dan tidak sedikit yang meresahkan dan membuat rugi masyarakat. Salah satunya adalah tautan berita internet gratis dari pemerintah seperti contoh gambar beredar di bawah ini.

Grafik 3.16 Contoh Hoaks dan Tanggapan Terkait Informasi Hoaks



Bagaimana respon/tanggapan Anda setelah mengetahui info tersebut? " [MA]

Basis: Seluruh responden

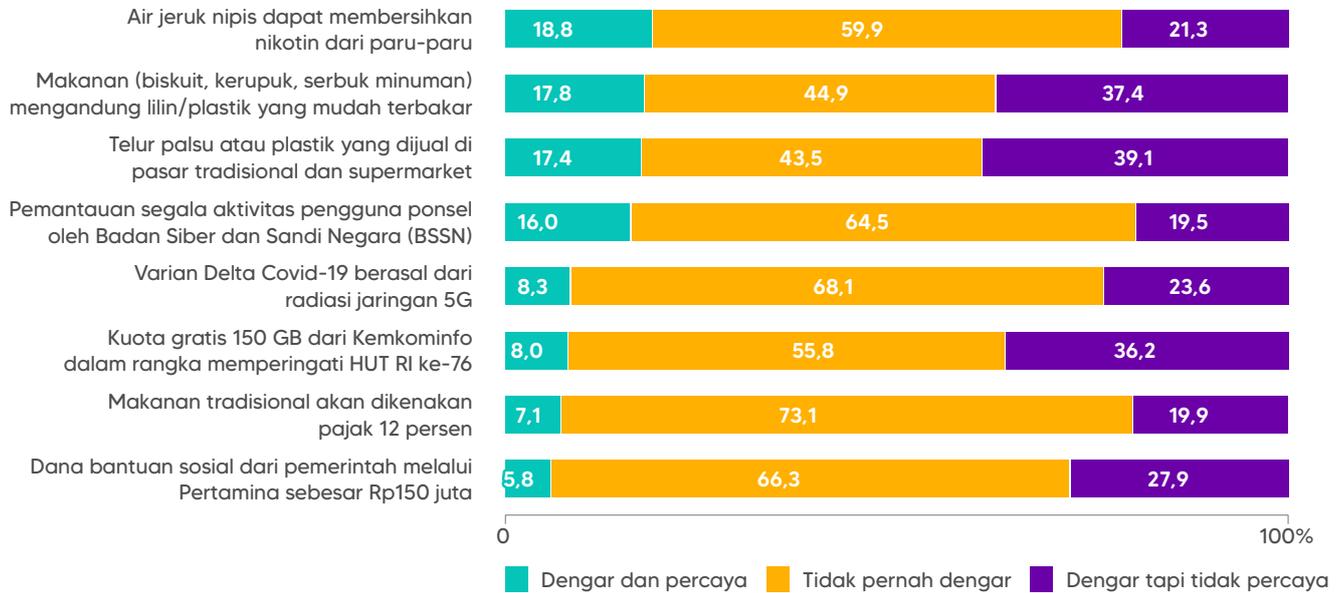


Saat menerima informasi seperti contoh di atas, ada 71,9% responden yang membaca secara detail informasi yang mereka terima terlebih dahulu, kemudian 36,7% responden akan bertanya ke teman atau keluarga mengenai informasi tersebut. Namun, ada 32,3% responden yang tidak melakukan apa-apa atas informasi yang mereka terima saat itu.

Grafik 3.17 Pengalaman Terkait Beberapa Contoh Informasi Hoaks

“Pernahkah Bapak/Ibu dengar dan percaya isu berikut?” [SA]

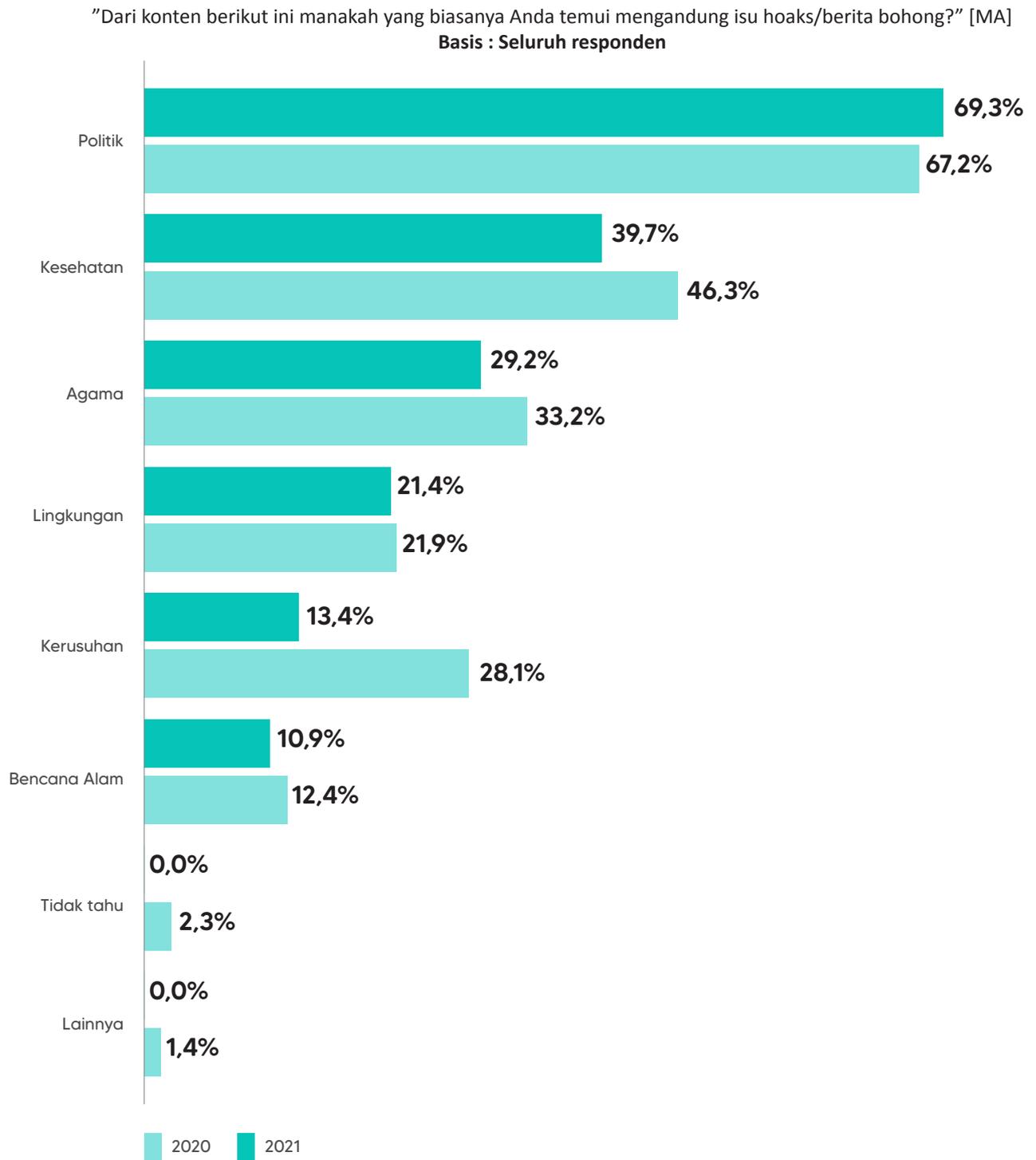
Basis: Seluruh responden



Banyak informasi ataupun tips yang tidak benar beredar di tengah masyarakat, sebagian masyarakat ada yang percaya, ada juga yang tidak percaya. Informasi yang diterima oleh sekitar setengah responden adalah terkait peredaran telur palsu, makanan yang mengandung lilin, serta air jeruk nipis dapat membersihkan nikotin di paru-paru. Namun, informasi yang paling banyak dipercaya adalah terkait air jeruk nipis yang dapat membersihkan nikotin dari paru-paru, yaitu dipercaya hingga 18,8% responden.

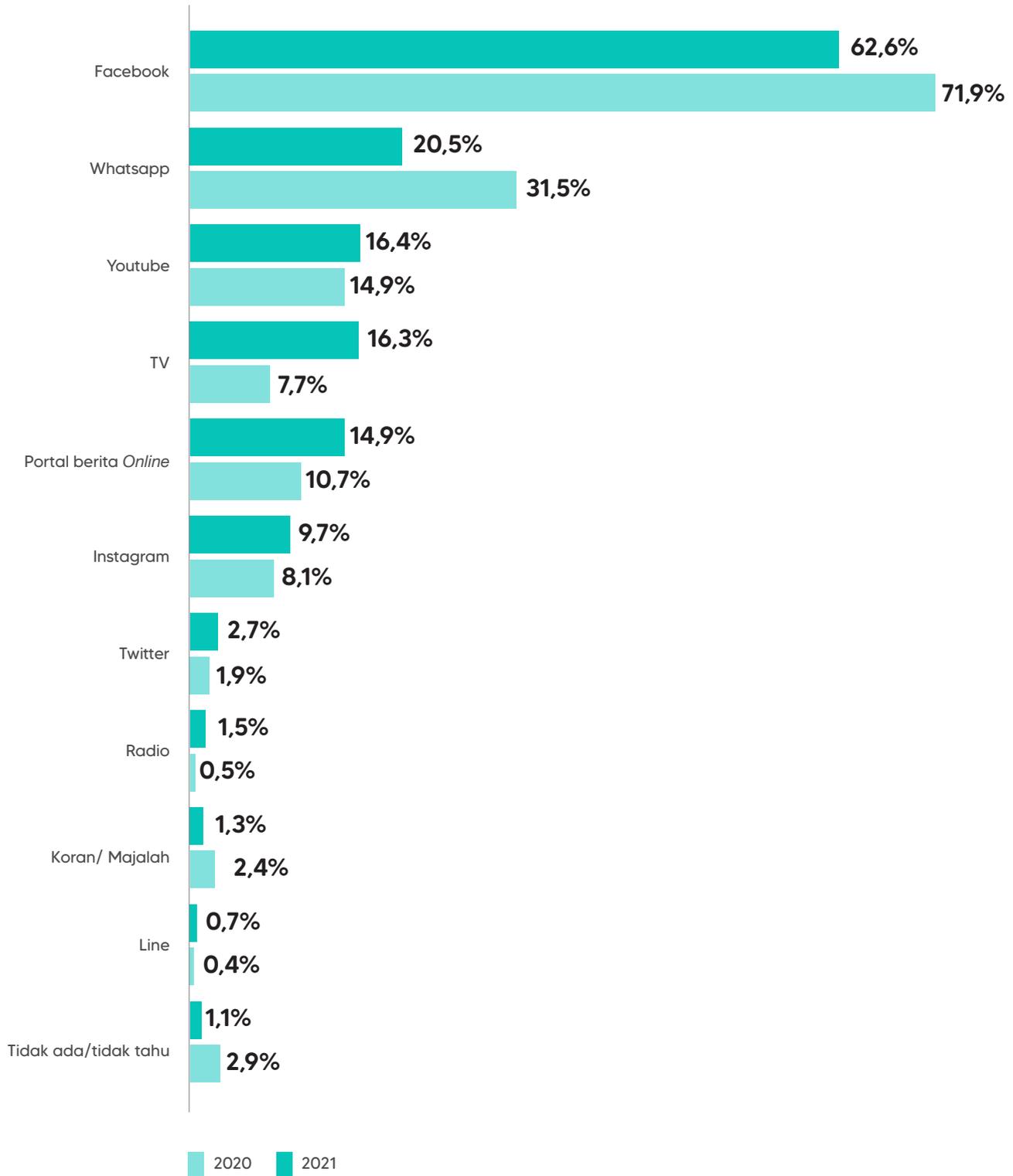


Grafik 3.18 Kategori Hoaks Yang Sering Ditemui dan Media Yang Sering Menyajikan Hoaks



Sementara itu, isu politik diakui oleh 69,3% responden sebagai isu yang paling banyak mengandung hoaks atau informasi keliru. Media sosial Facebook menurut responden merupakan tempat paling banyak beredar berita bohong atau hoaks tersebut.

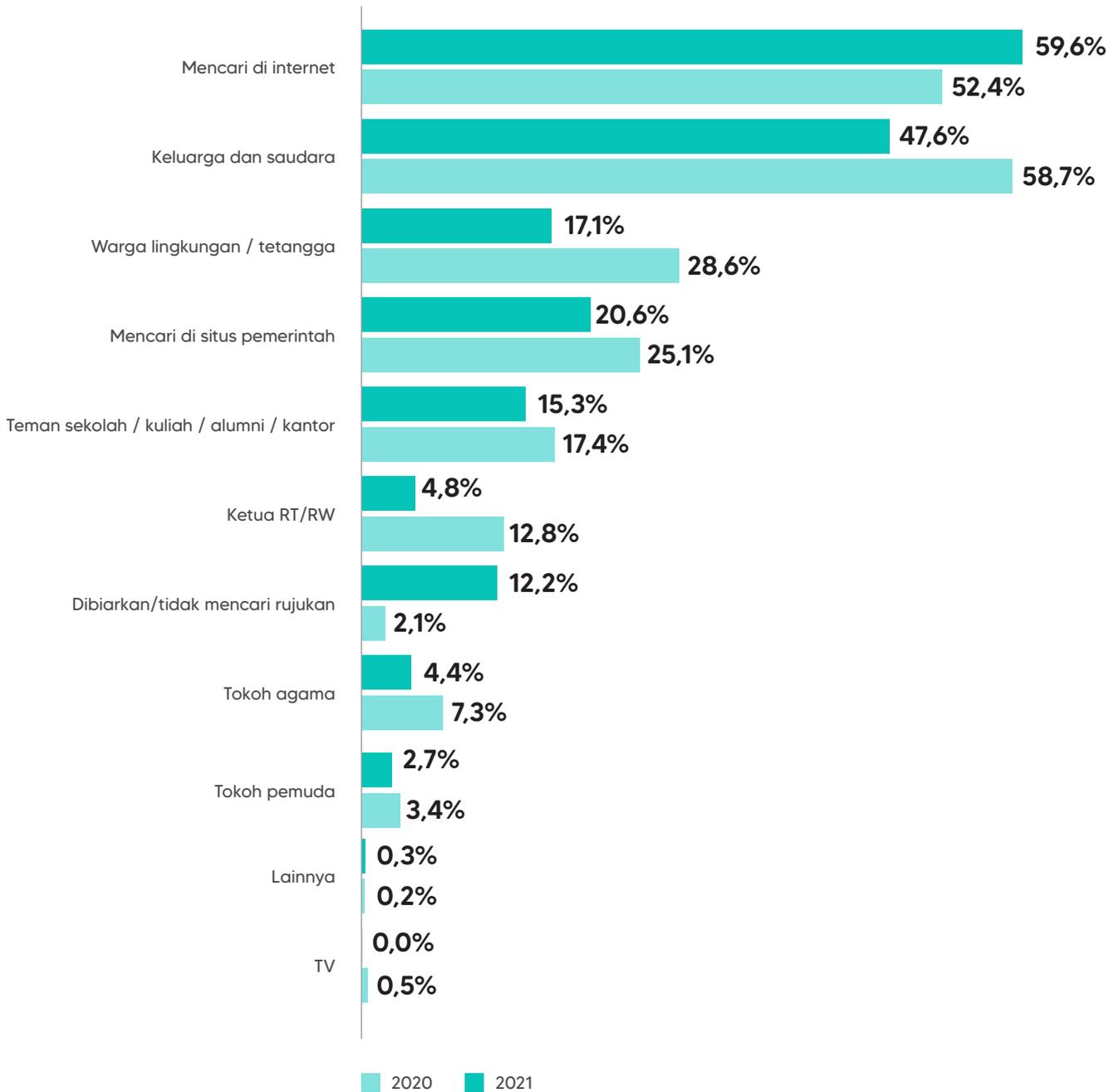
” Media manakah yang sering Anda temui menyajikan isu hoaks/berita bohong?” [MA]
 Basis : Seluruh responden



Grafik 3.19 Rujukan Klarifikasi Informasi

” Siapa yang menjadi rujukan untuk mengklarifikasi/menilai apakah informasi/berita yang didapatkan merupakan hoaks atau tidak?” [MA]

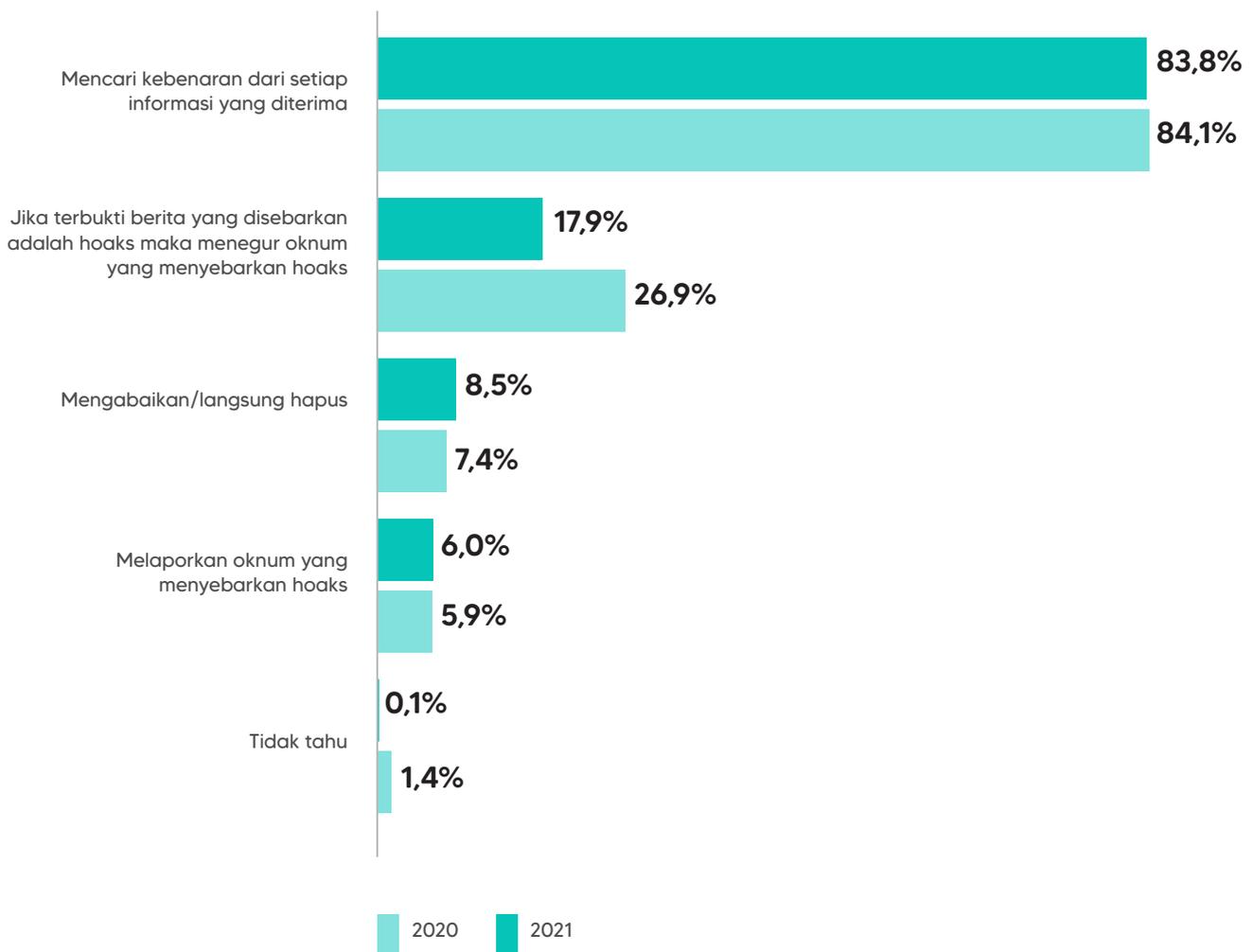
Basis : Seluruh responden



Sebanyak 59,6% responden mencari klarifikasi atau kebenaran informasi tersebut melalui internet setelah mereka menerima berita hoaks. Selain itu, 47,6% responden mengakui bahwa mereka mencari klarifikasi informasi tersebut dari keluarga dan saudara. 20,6% responden mencari melalui situs pemerintah. Namun, ada 12,2% responden yang membiarkan atau tidak mencari rujukan apapun setelah menerima hoaks.

Grafik 3.20 Pencegahan Hoaks

“Apa yang Anda lakukan demi mencegah penyebaran hoaks/berita bohong?” [MA]
 Basis: Seluruh responden



Terkait dengan informasi hoaks yang diterima oleh responden, 83,8% responden mengatakan perlu mencari kebenaran dari setiap informasi yang diterima agar dapat mencegah penyebaran hoaks. Namun, hanya 17,9% responden yang mengatakan akan menegur oknum yang terbukti menyebarkan hoaks.

Penyebaran hoaks yang masif beredar di kalangan masyarakat membuat 63% responden menyatakan bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika berperan penting dalam menghentikan penyebaran hoaks ini. Selain itu, seluruh warga juga ikut bertanggung jawab untuk menghentikan penyebaran hoaks.



04

Status Literasi Digital



4.1

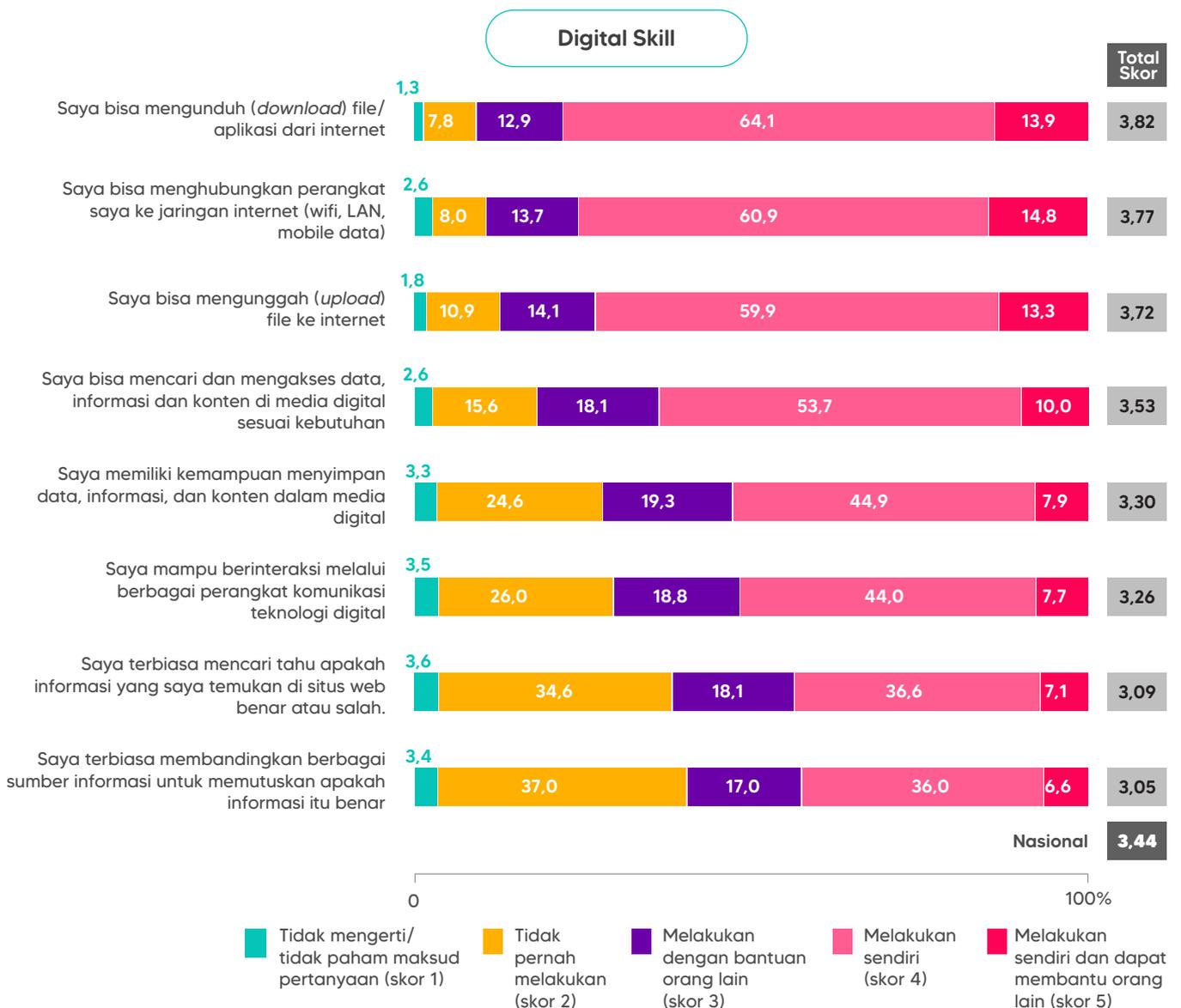
Pilar Literasi Digital

Pengukuran status literasi digital tahun 2021 menggunakan kerangka empat pilar, yaitu Pilar Digital Skill, Pilar Digital Ethics, Pilar Digital Safety, dan Pilar Digital Culture. Keempat pilar ini terdiri dari 7 hingga 8 indikator pertanyaan.

4.1.1 Pilar Digital Skill

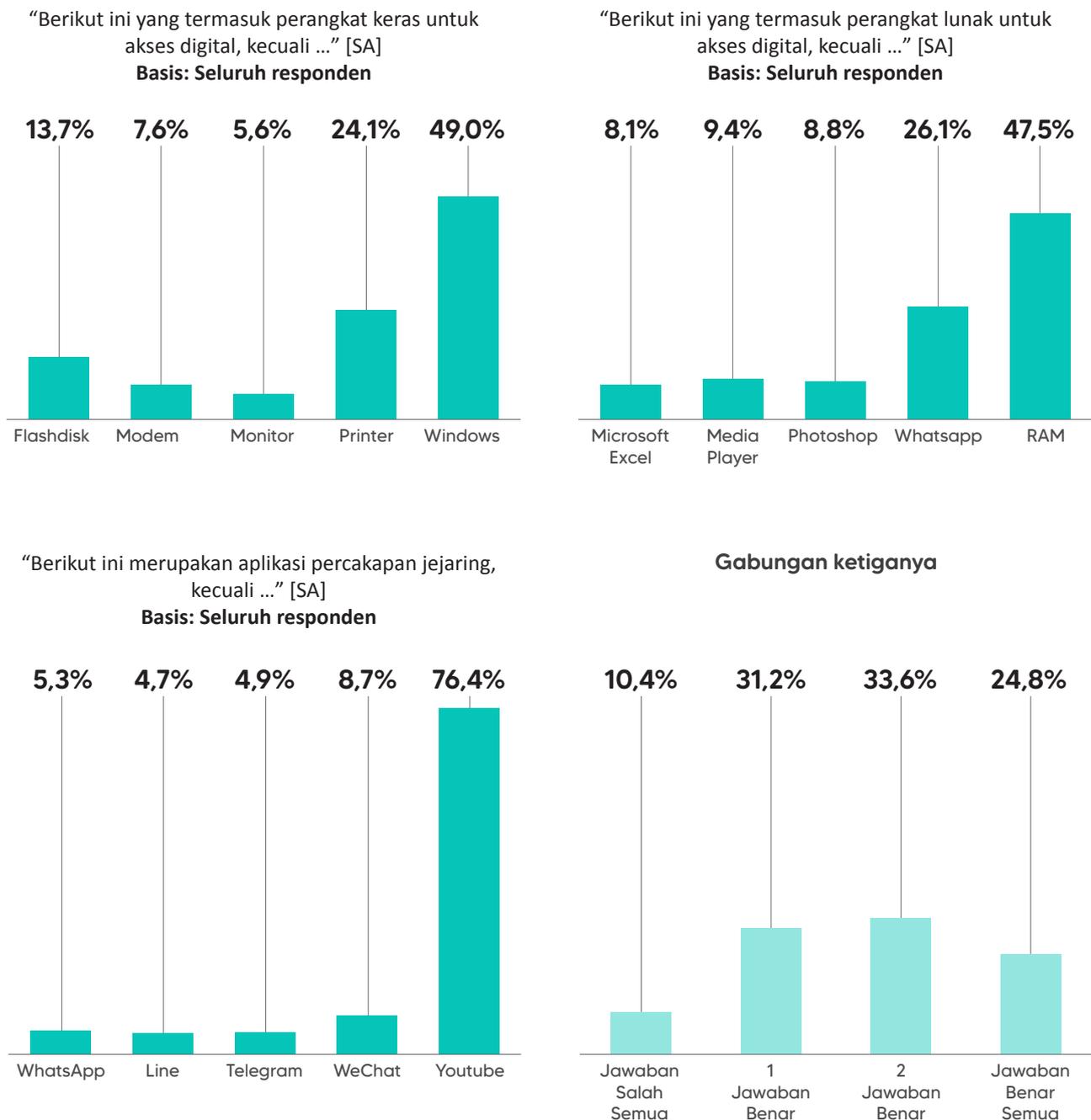
Pilar Digital Skill terdiri dari 8 indikator pertanyaan yang dapat dijawab dengan skala jawaban. Pilar ini mengukur kemampuan responden terkait penggunaan aplikasi digital, contohnya kemampuan untuk mengunduh atau mengunggah *file*, serta kemampuan terkait penggunaan digital lainnya.

Grafik 4.1 Indikator Pertanyaan Pilar Digital Skill



Pengukuran Pilar Digital Skill menunjukkan bahwa skor rata-rata Nasional untuk pilar ini adalah 3,44. Mayoritas responden sudah mampu untuk mengunduh file atau aplikasi dari internet, dengan skor rata-rata (*mean score*) di angka 3,82. Responden juga telah mampu menghubungkan perangkatnya ke jaringan internet, ini ditunjukkan dengan skor 3,77. Namun, mayoritas responden belum memiliki kebiasaan yang baik terkait dengan informasi yang didapat dari internet, antara lain mengecek kebenaran informasi (skor rata-rata 3,09) dan membandingkan berbagai sumber (skor rata-rata 3,05).

Grafik 4.2 Pengetahuan Mengenai Perangkat Digital

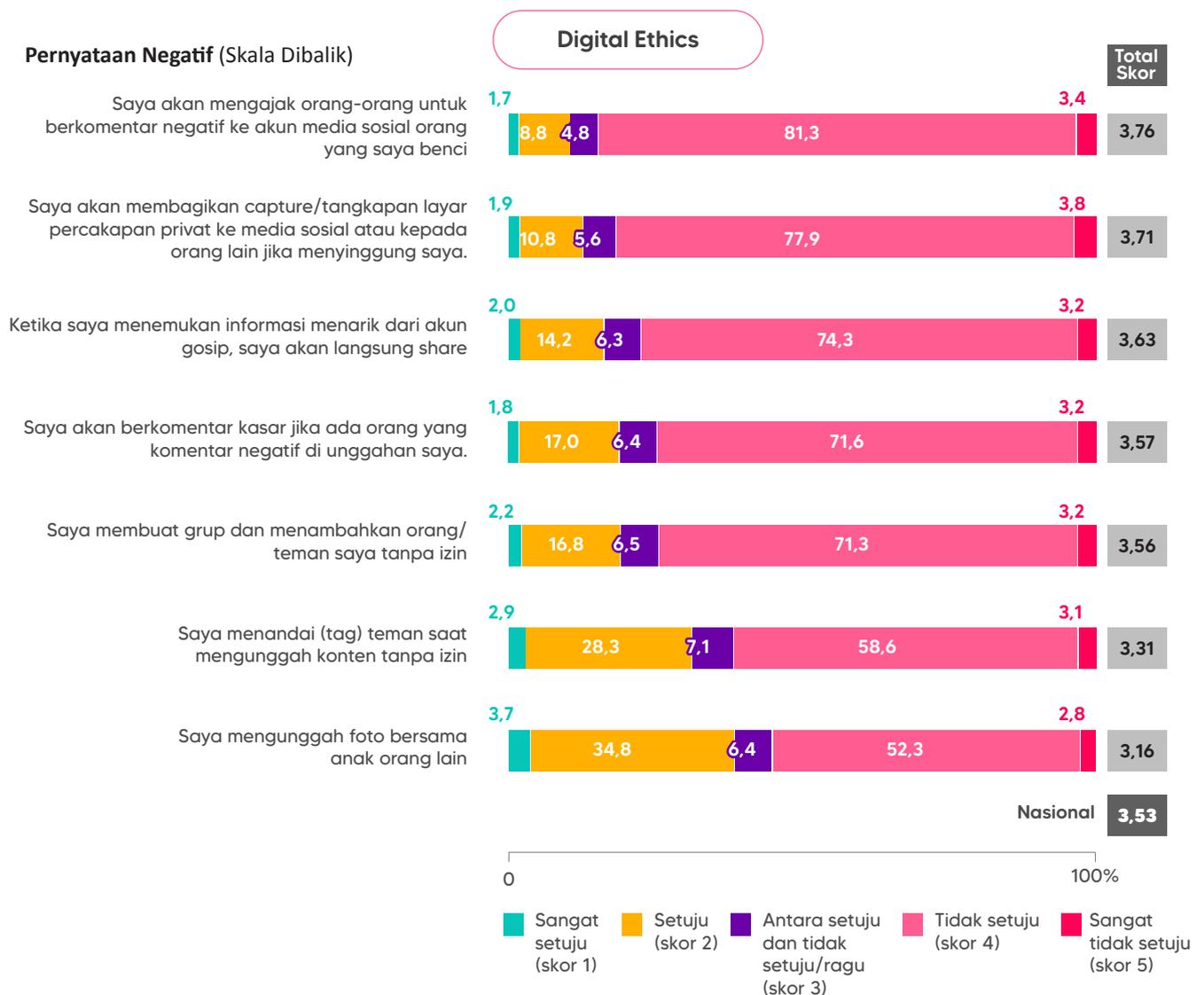


Beberapa pertanyaan dapat digunakan sebagai konfirmasi jawaban tentang kemampuan digital responden ini yaitu pilihan jawaban yang tidak terkait dengan perangkat keras, tidak terkait dengan perangkat lunak, serta tidak terkait dengan aplikasi percakapan. Dari 3 pertanyaan konfirmasi tersebut, ada 58,4% responden yang dapat menjawab setidaknya 2 pertanyaan benar. Hal ini cukup menggambarkan tingkat pengetahuan dan kemampuan masyarakat terkait Digital Skill.

4.1.2 Pilar Digital Ethics

Pilar Digital Ethics dibentuk dari 7 indikator pertanyaan. Pilar ini mengukur perilaku dan respon masyarakat saat menerima dan juga menyebarkan informasi yang diterima di media sosial maupun perangkat digital lainnya.

Grafik 4.3 Indikator Pertanyaan Pilar Digital Ethics

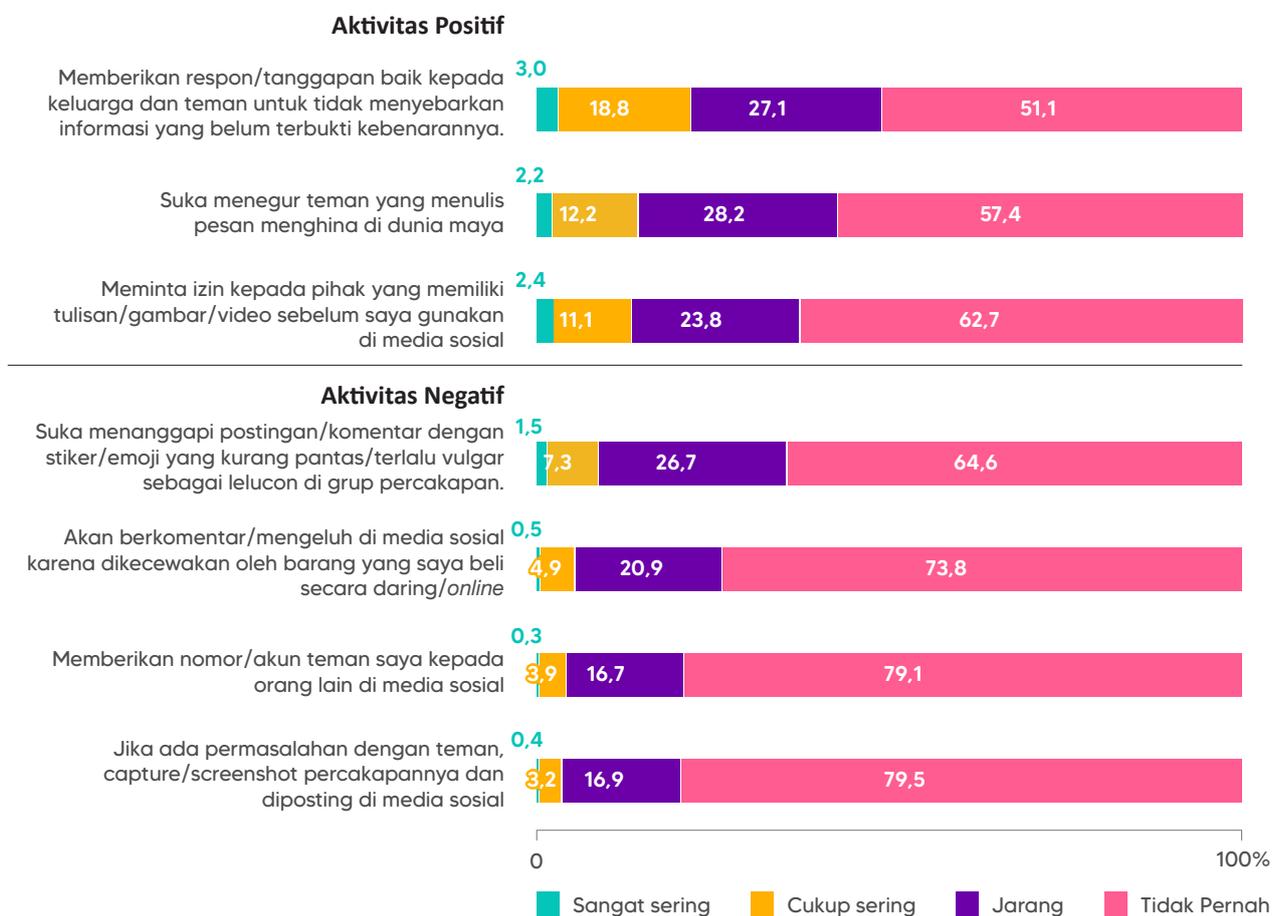


Skor nasional untuk Pilar Digital Ethics adalah 3,53. Sudah banyak responden yang menyadari bahwa mengajak orang-orang untuk berkomentar negatif adalah kegiatan yang kurang baik secara etika digital. Hal ini ditunjukkan dengan skor rata-rata 3,76, atau masuk ke dalam kategori tidak setuju dengan perilaku tersebut. Di samping itu, cukup banyak juga yang menyadari untuk tidak membagikan *screen capture* yang bersifat pribadi (skor 3,71). Namun, masih banyak responden yang melakukan unggah foto bersama anak orang lain (skor 3,16) dan menandai teman saat mengunggah konten tanpa izin (3,31).

Grafik 4.4 Aktivitas Positif dan Negatif yang Dilakukan di Media Sosial

“Apakah Anda pernah melakukan hal berikut ini di media sosial?” [SA]

Basis: Seluruh responden

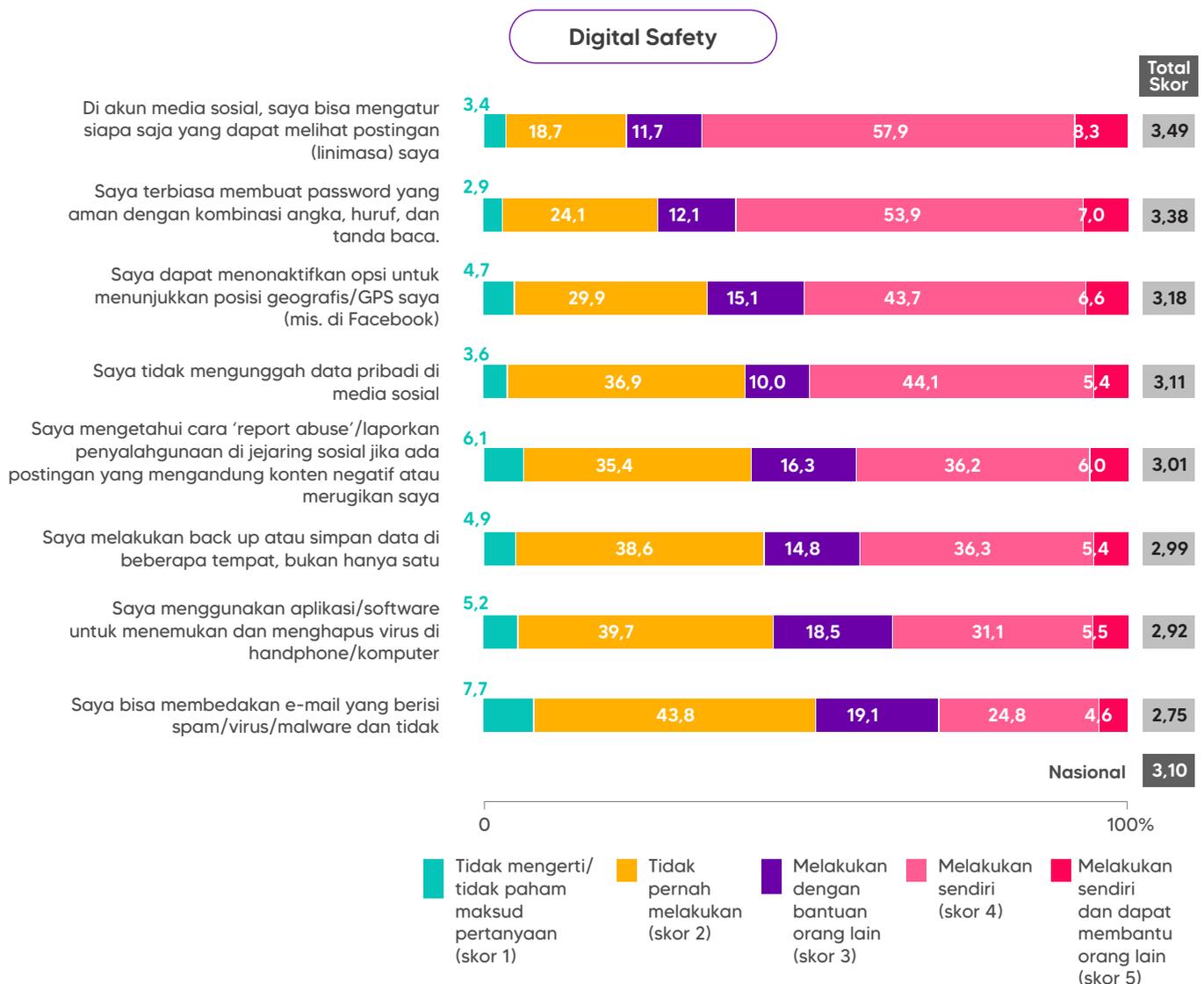


Beberapa pertanyaan terkait Digital Ethics untuk mengetahui kebiasaan positif dan negatif yang dilakukan responden pada saat melakukan aktivitas digital. Aktivitas positif seperti memberikan tanggapan untuk tidak menyebarkan informasi yang belum terbukti kebenarannya menjadi salah satu aktivitas yang dilakukan oleh 49,9% responden. Aktivitas negatif dalam berinteraksi di dunia digital justru lebih jarang dilakukan oleh responden. Contohnya, tindakan seperti menanggapi komentar dengan stiker yang kurang baik tidak dilakukan oleh 64,6% responden.

4.1.3 Pilar Digital Safety

Pilar Digital Safety terdiri dari 7 indikator pertanyaan. Pilar ini mengukur perilaku terkait keamanan data pribadi saat berinteraksi dan menggunakan media sosial serta perangkat digital lainnya.

Grafik 4.5 Indikator Pertanyaan Pilar Digital Safety

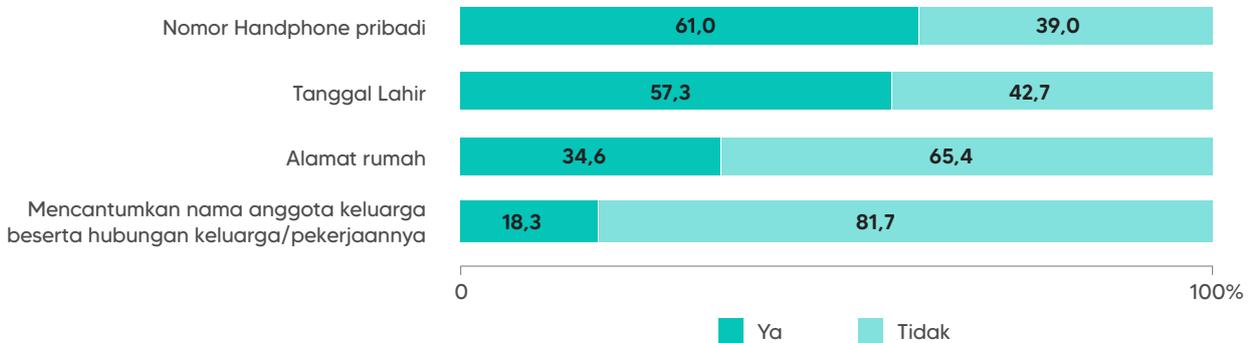


Secara nasional, Pilar Digital Safety memiliki skor 3,10 (skala 1-5). Mayoritas responden sudah mampu untuk mengatur siapa saja yang melihat postingan mereka, ini ditunjukkan dengan nilai skor 3,49. Selain itu, masyarakat sudah cukup terbiasa untuk membuat password yang aman (3,38). Namun di sisi lain, keamanan teknis seperti mengenali virus belum banyak dilakukan oleh responden, seperti menggunakan aplikasi maupun *software* untuk menemukan dan menghapus virus (2,92) dan membedakan email berisi spam/virus (2,75)

Grafik 4.6 Perilaku Terkait Pelindungan Data di Media Sosial

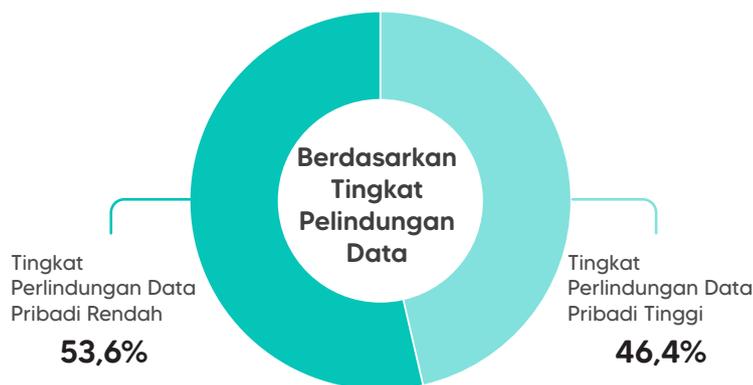
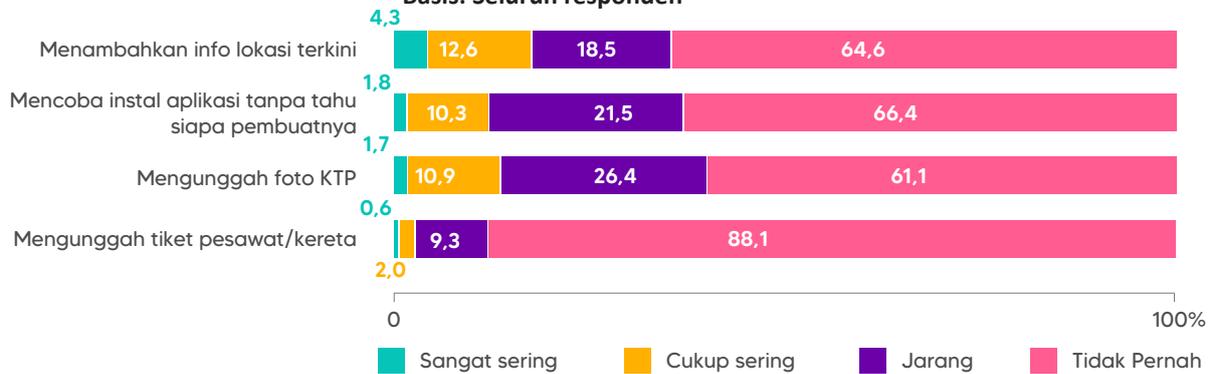
“Apakah di akun media sosial Anda tercantum informasi sebagai berikut?” [SA]

Basis: Seluruh responden



“Apakah Anda pernah melakukan hal berikut ini di media sosial?” [SA]

Basis: Seluruh responden

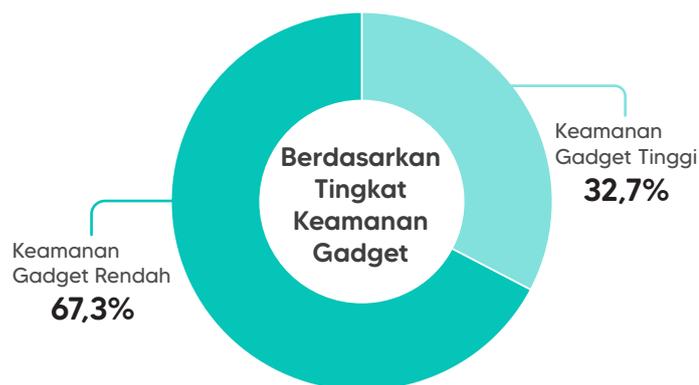
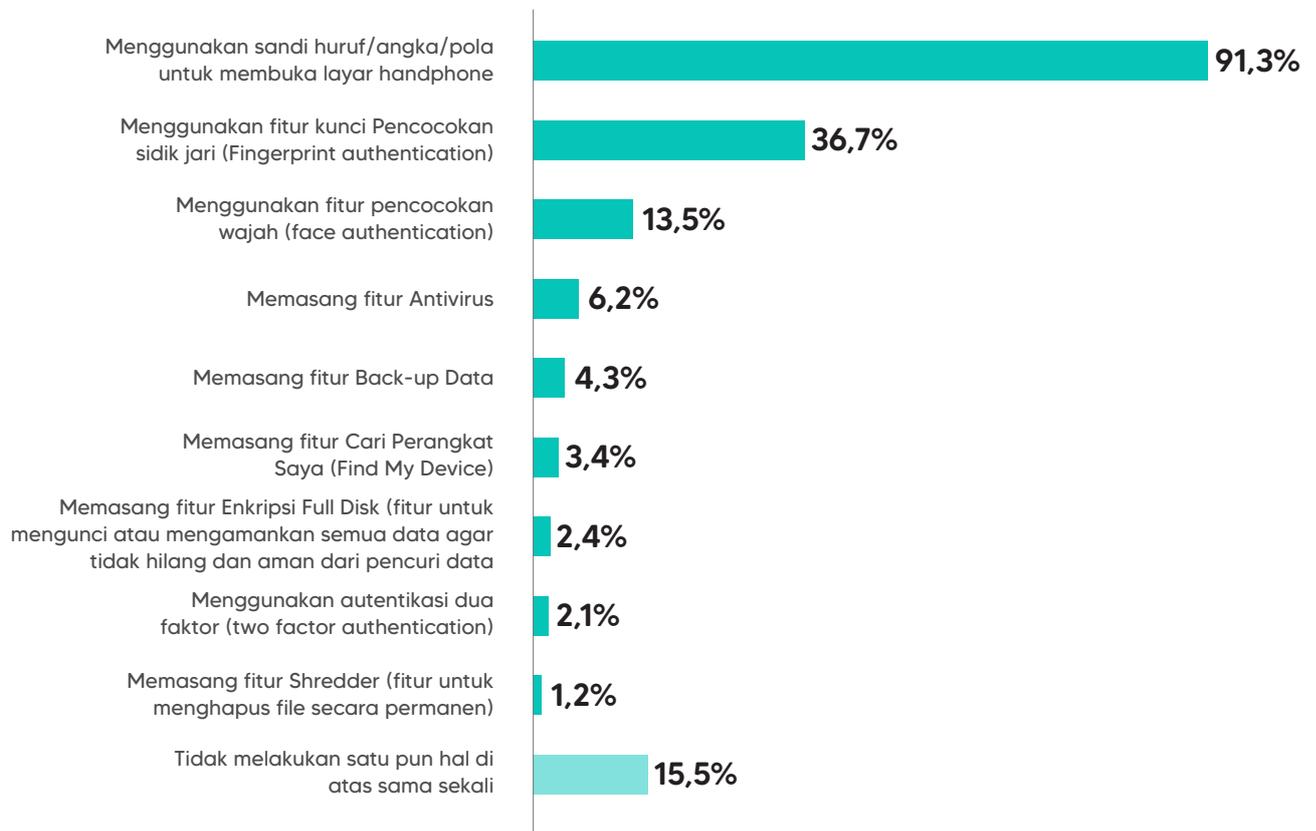


Terkait dengan Pilar Digital Safety, secara umum kesadaran masyarakat akan pelindungan data pribadi masih tergolong rendah. Ini ditunjukkan dengan perilaku masyarakat yang masih mencantumkan nomor handphone pribadi dan tanggal lahir. Selain itu, ada sekitar 35% responden yang menambahkan info lokasi terkini, unduh aplikasi tanpa tahu siapa pembuatnya, serta mengunggah foto KTP. Dari jawaban terkait pelindungan data pribadi tersebut, dapat disimpulkan ada 53,6% masyarakat yang memiliki tingkat pelindungan data pribadi rendah.

Grafik 4.7 Perilaku Untuk Pelindungan Perangkat Digital

"Apa yang telah Anda lakukan untuk melindungi Handphone/Laptop/Komputer Anda agar tidak bisa diakses orang lain?" [MA]

Basis: Seluruh responden



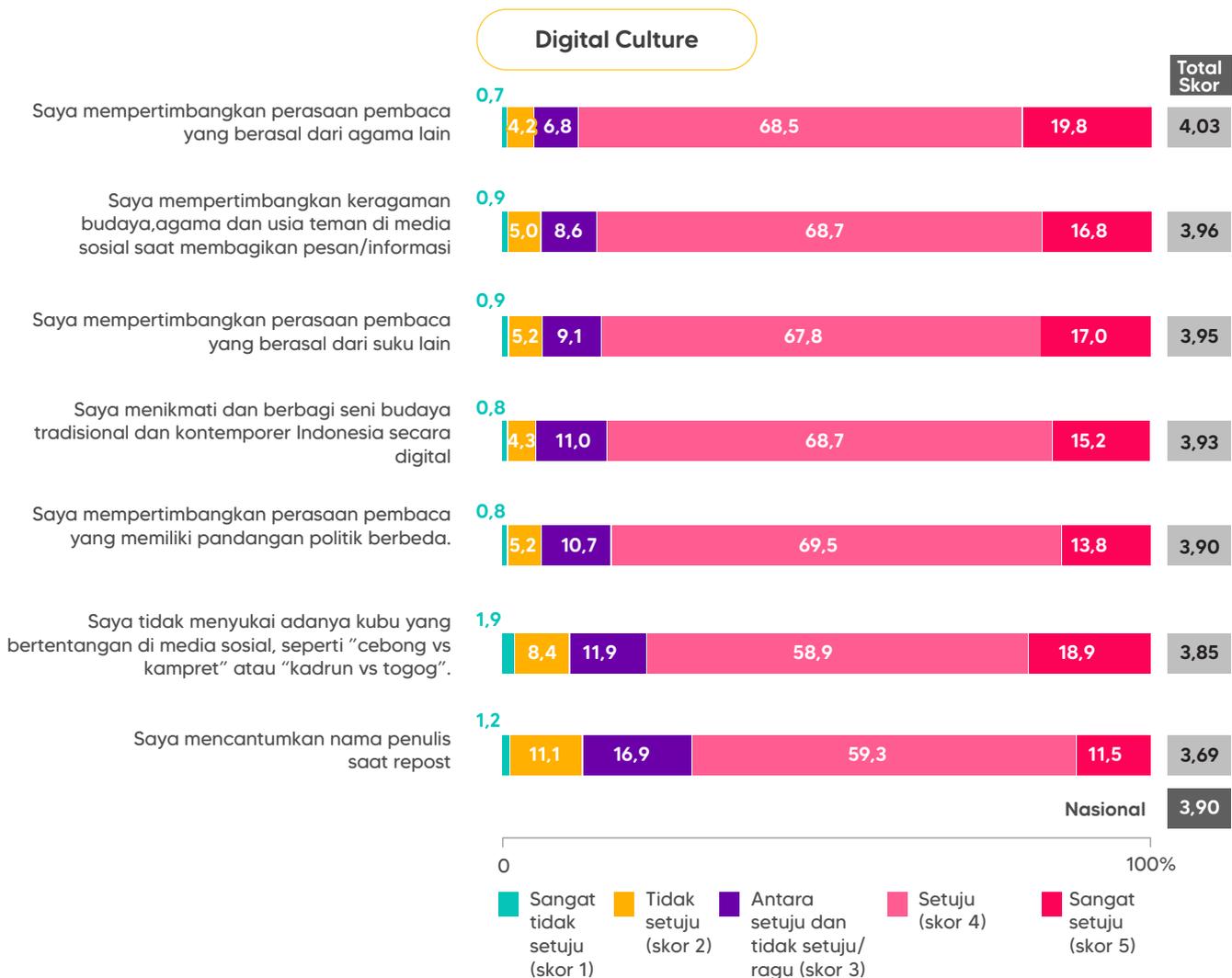
Secara umum, 67,3% responden memiliki tingkat perlindungan keamanan *gadget* atau perangkat digital tergolong rendah. Hal yang paling umum dilakukan responden untuk melindungi gadget mereka adalah dengan menggunakan *password* (91,3%) dan menggunakan fitur sidik jari (36,7%). Namun, masih ada 15,9% responden yang sama sekali tidak melakukan satupun di atas sama sekali.

4.1.4

Pilar Digital Culture

Pilar Digital Culture diukur dari 7 indikator pertanyaan. Pilar ini mengukur tentang penerapan budaya dan kultur Indonesia, serta lingkungan tempat tinggal saat berinteraksi melalui media sosial dan perangkat digital lainnya.

Grafik 4.8 Indikator Pertanyaan Pilar Digital Culture



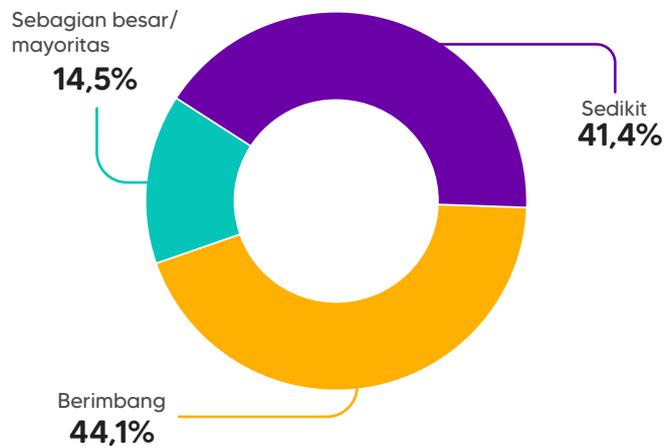
Skor nasional dari Pilar Digital Culture adalah 3,90 (skala 1-5). Mayoritas responden sangat mempertimbangkan perasaan pembaca dari yang berbeda agama, ini ditunjukkan dengan skor 4,03. Selain itu, pertimbangan keragaman budaya di Indonesia saat bermedia sosial, juga perasaan dari suku berbeda, maupun pandangan politik yang berbeda juga cukup banyak diterapkan.

Terkait Pilar Digital Culture, 44,1% responden memiliki teman media sosial yang berimbang terhadap pandangan politik. Selain itu, dalam menerima pertemanan di media sosial, 64,8% tidak pernah mempertimbangkan lingkaran pertemanan yang memiliki kesamaan. Mayoritas responden juga tidak pernah mempertimbangkan suku, agama, status sosial, dan juga pandangan politik dalam memilih pertemanan di media sosial.

Grafik 4.9 Perilaku Pertemanan di Media Sosial

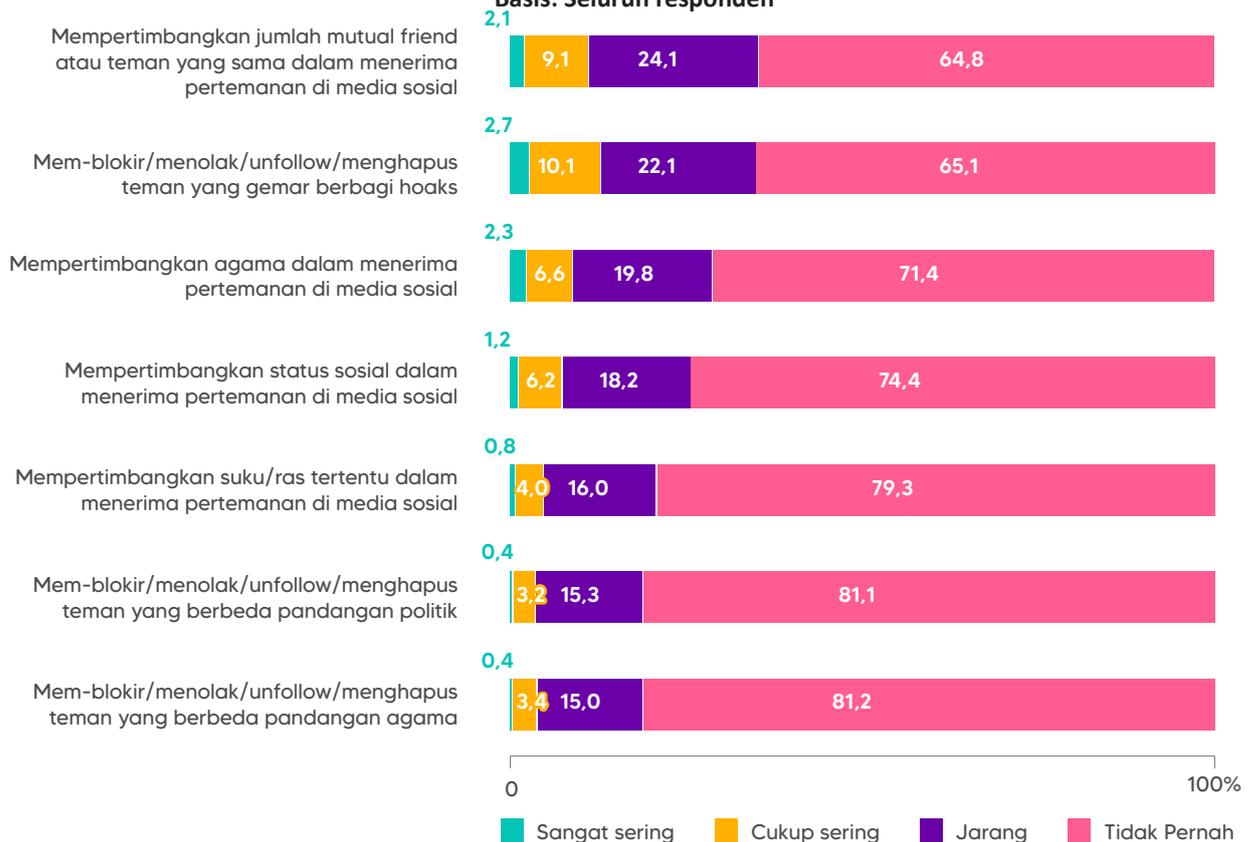
“Berapa jumlah teman Anda di media sosial yang memiliki pandangan politik yang sama dengan Anda?” [SA]

Basis: Seluruh responden



“Apakah Anda pernah melakukan hal berikut ini di media sosial?” [SA]

Basis: Seluruh responden

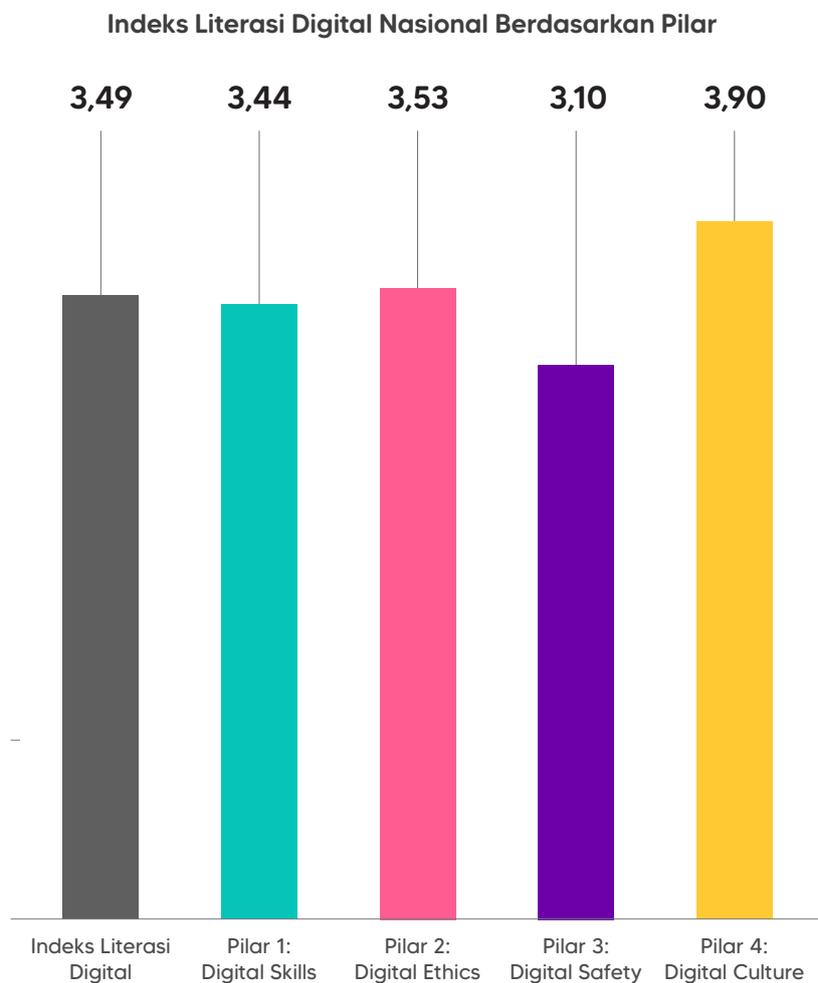


4.2

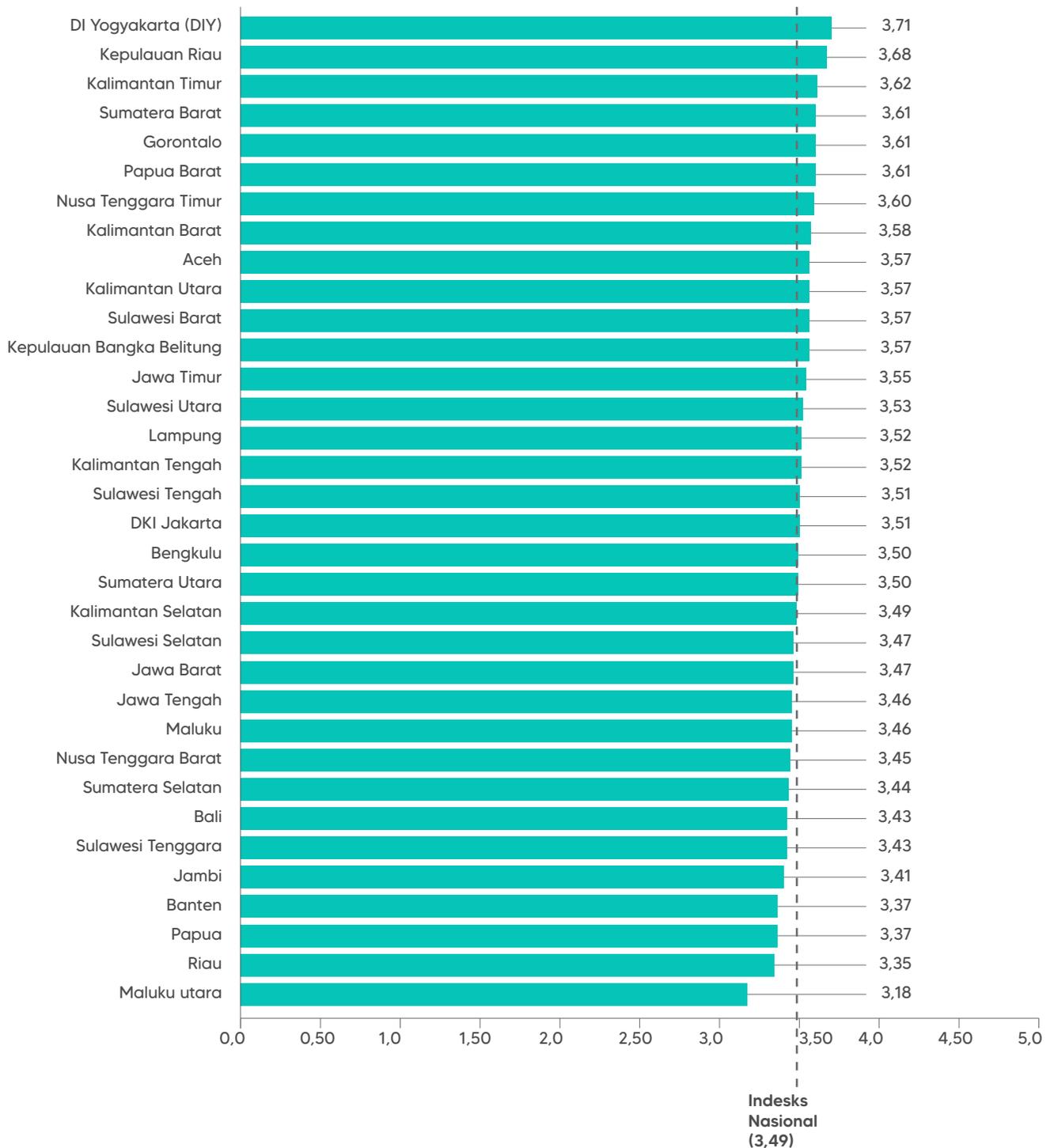
Perhitungan Status Literasi Digital

Pilar-pilar pembentuk Indeks Literasi Digital dihitung skor rata-rata untuk mendapatkan skor pilar, dan kemudian keempat pilar tersebut dihitung rata-rata untuk mendapatkan skor Indeks Literasi Digital.

Grafik 4.10 Indeks Literasi Digital Skala Nasional



Skor Pilar Digital Skill sebesar 3,44, skor Pilar Digital Ethics 3,53, skor pilar Digital Safety 3,10, dan skor Pilar Digital Culture 3,90. Keempat pilar ini masuk dalam kategori sedang, artinya tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat Indonesia terhadap keempat aspek ini termasuk dalam level sedang. Berdasarkan skor keempat pilar tersebut, didapatkan Indeks Literasi Digital pada skala nasional yang menunjukkan angka 3,49.

Grafik 4.11 Indeks Literasi Digital di 34 Provinsi

Secara umum, skor Indeks Literasi Digital per provinsi ada di rentang 3,71 hingga 3,18. Skor tertinggi dimiliki oleh Provinsi DI Yogyakarta (3,71) dan skor terendah dimiliki oleh Provinsi Maluku Utara (3,18). Sementara itu, DKI Jakarta sebagai ibu kota negara memiliki skor Indeks Literasi Digital 3,51 atau sedikit di atas rata-rata nasional.

4.3

Analisis Data Literasi Digital

Status literasi digital 2021 yang dilakukan merupakan pengukuran tahun ke 2 setelah tahun sebelumnya juga mengukur status literasi digital secara nasional. Perbedaan kerangka perhitungan indeks membuat perbandingan status literasi digital 2020 perlu disesuaikan terlebih dahulu. Selain itu, faktor-faktor yang berhubungan dengan tingkat literasi digital akan dibahas lebih lanjut.

4.3.1 Perbandingan Status Literasi Digital 2021 dengan 2020

Perbedaan paling mendasar antara pengukuran status literasi digital 2020 dengan 2021 adalah pada kerangka perhitungan. Indeks Literasi Digital 2021 ini menggunakan empat pilar yang disesuaikan dengan Kerangka Nasional Literasi Digital, yaitu Pilar Digital Skill, Pilar Digital Ethics, Pilar Digital Safety, dan Pilar Digital Culture.

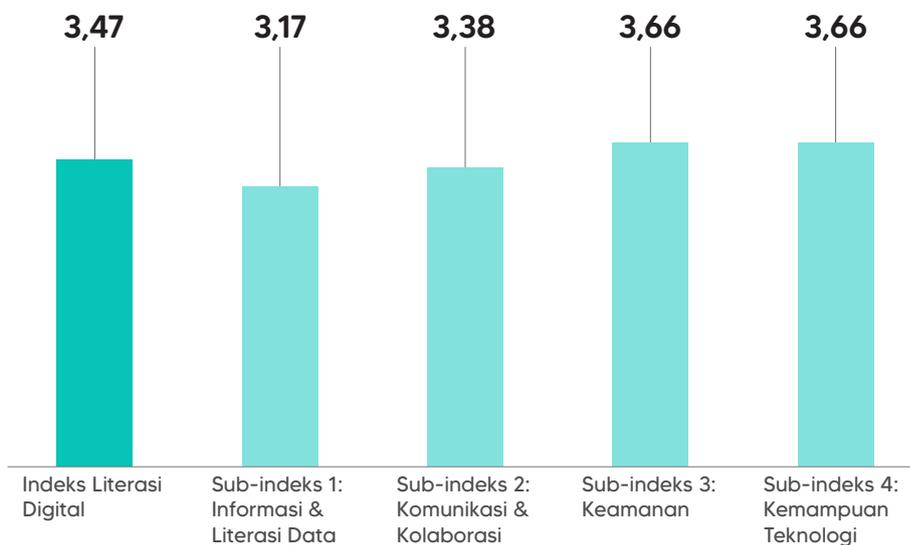
Indeks Literasi Digital 2020 diukur menggunakan empat sub-indeks, dimana masing-masing sub-indeks dibentuk dari satu atau dua pilar, dan masing-masing pilar dibentuk dari beberapa pertanyaan. Sub-indeks yang digunakan adalah Sub-Indeks Informasi dan Literasi Data, Sub-Indeks Komunikasi dan Kolaborasi, Sub-Indeks Keamanan, dan Sub-Indeks Kemampuan Teknologi.

NO	Sub-Indeks Literasi Digital 2020	Pilar Literasi Digital 2020	Pilar Literasi Digital 2021
1	Informasi dan Literasi Data	Informasi dan Literasi Data	Digital Skill
		Berpikir Kritis	Digital Skill
2	Komunikasi dan Kolaborasi	Kemampuan Berkomunikasi	Digital Culture
		Etika dalam Teknologi	Digital Ethics
3	Keamanan	Keamanan Pribadi	Digital Safety
		Keamanan Perangkat	Digital Safety
4	Kemampuan Teknologi	Kemampuan Teknologi	Digital Skill

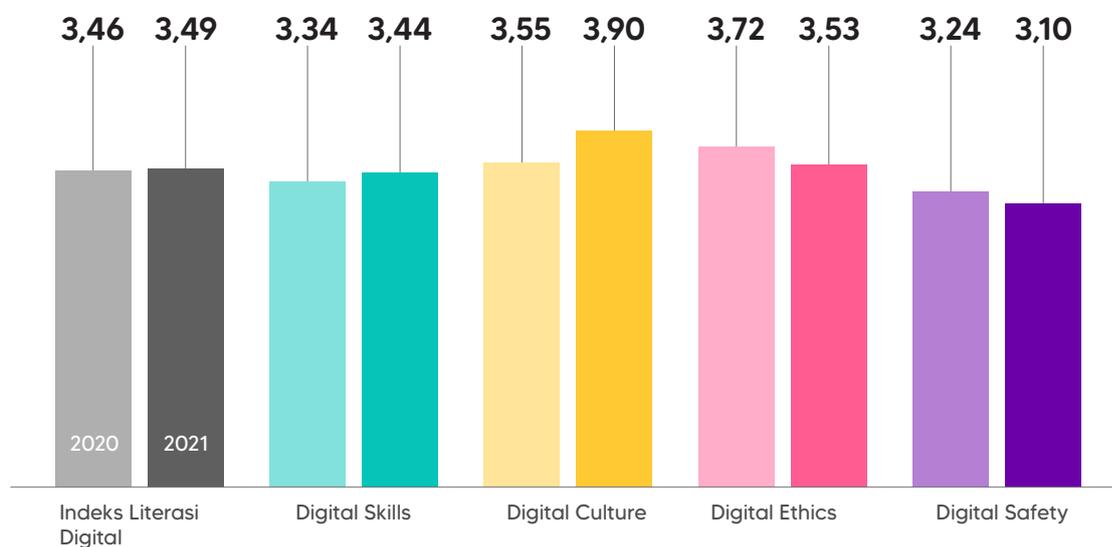
Penyesuaian hasil Indeks Literasi Digital 2020 dilakukan dengan melakukan transformasi pilar-pilar pembentuk. Pilar Informasi dan Literasi Data, Pilar Berpikir Kritis, dan Pilar Kemampuan Teknologi dihitung menjadi Pilar Digital Skill. Pilar Kemampuan Berkomunikasi dihitung menjadi Pilar Digital Culture. Pilar Keamanan Pribadi dan Pilar Keamanan Perangkat dihitung sebagai Pilar Digital Safety. Terakhir adalah Pilar Etika dalam Teknologi dihitung menjadi Pilar Digital Ethics.

Grafik 4.11 Transformasi Indeks Literasi Digital 2020

Indeks Literasi Digital 2020



Perbandingan 2021 dan 2020 transformasi



Setelah dilakukan transformasi, Indeks Literasi Digital tahun 2020 berada pada angka 3,46. Nilai Pilar Digital Skill 3,34, Pilar Digital Culture 3,55, Pilar Digital Ethics 3,72 dan Pilar Digital Safety 3,24. Meskipun perbandingan ini tidak sempurna, namun terlihat bahwa Indeks Literasi Digital tahun 2021 mengalami peningkatan dibandingkan Indeks Literasi Digital tahun 2020. Pilar Digital Culture mengalami peningkatan paling tinggi, yaitu menjadi 3,90 dari sebelumnya dengan nilai 3,55.

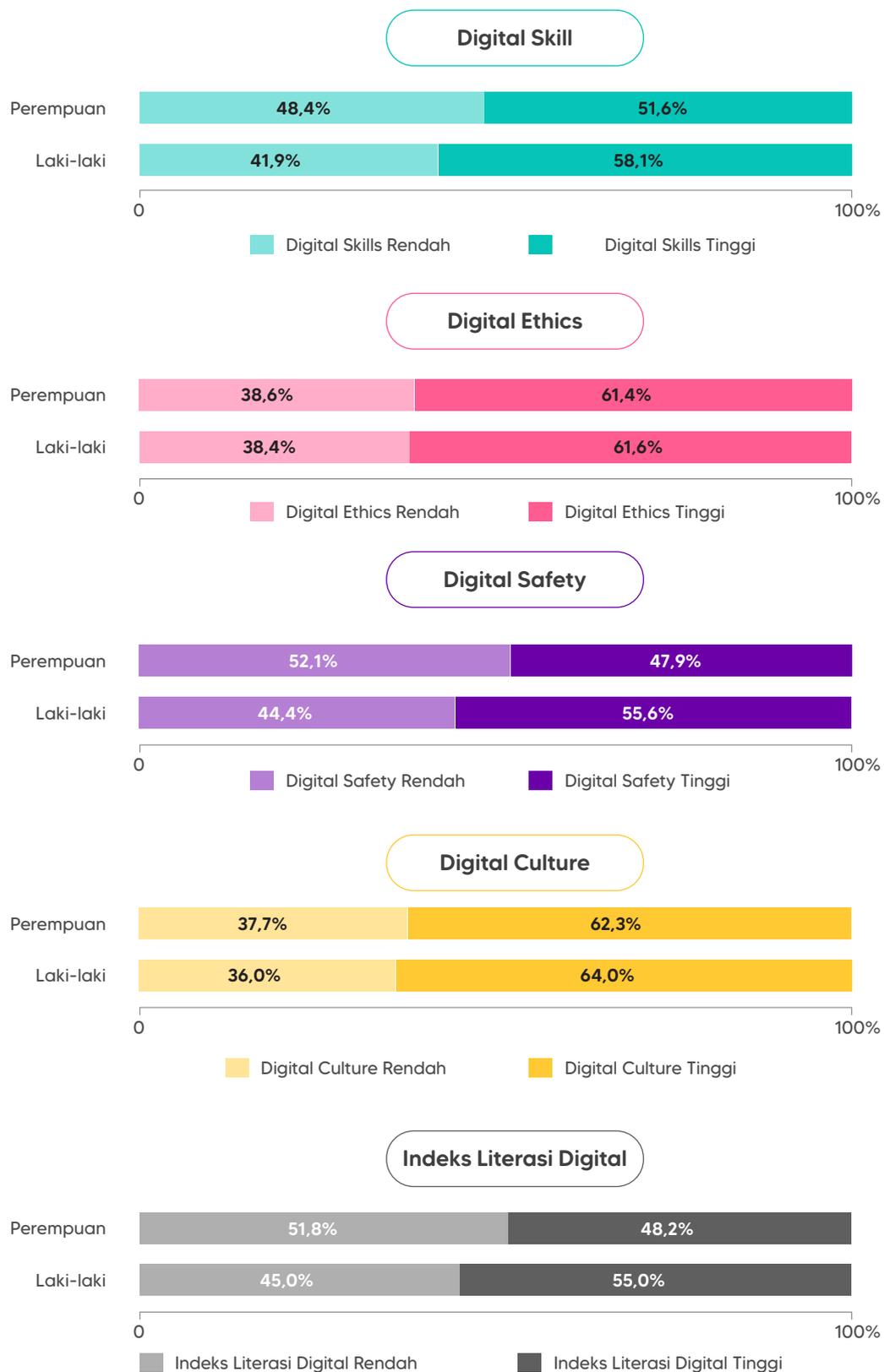
Pengukuran Indeks Literasi Digital ini dapat menjadi pedoman dalam melakukan perancangan program terkait. Sasaran daerah serta fokus program tersebut dapat memperoleh masukan dari laporan ini, mengingat hasil Indeks Literasi Digital tahun 2021 ini telah disempurnakan mengikuti *roadmap* Literasi Digital 2021-2024.

4.3.2 Analisis Indeks Literasi Digital Berdasarkan Jenis Kelamin

Indeks Literasi Digital dianalisis lebih lanjut berdasarkan jenis kelamin dan berdasarkan pilar-pilar pembentuk indeks. Jenis kelamin responden dikelompokkan dan dihitung proporsi dari yang memiliki nilai indeks di atas dan di bawah nilai rata-rata nasional.



Grafik 4.12 Proporsi Indeks Literasi Digital Berdasarkan Jenis Kelamin



Berdasarkan jenis kelamin, proporsi laki-laki yang memiliki nilai Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional (55,0%) lebih banyak dibandingkan yang di bawah rata-rata (45,0%). Sementara hal sebaliknya dengan jenis kelamin perempuan, 48,2% perempuan memiliki nilai indeks di atas rata-rata, sementara 51,8% lainnya memiliki nilai indeks di bawah rata-rata.

Dilihat dari skor per pilar, baik laki-laki maupun perempuan sama-sama memiliki skor Digital Skill, skor Digital Ethics, dan skor Digital Culture yang lebih tinggi dibanding skor rata-rata nasional. Namun, untuk skor Digital Safety, proporsi laki-laki yang memiliki skor Digital Safety di atas skor rata-rata nasional (55,6%) lebih banyak dibanding yang di bawah rata-rata (44,4%). Proporsi perempuan untuk Pilar Digital Safety justru sebaliknya, 47,9% perempuan memiliki skor Digital Safety di atas rata-rata, sementara 52,1% perempuan memiliki skor pilar di bawah rata-rata nasional.

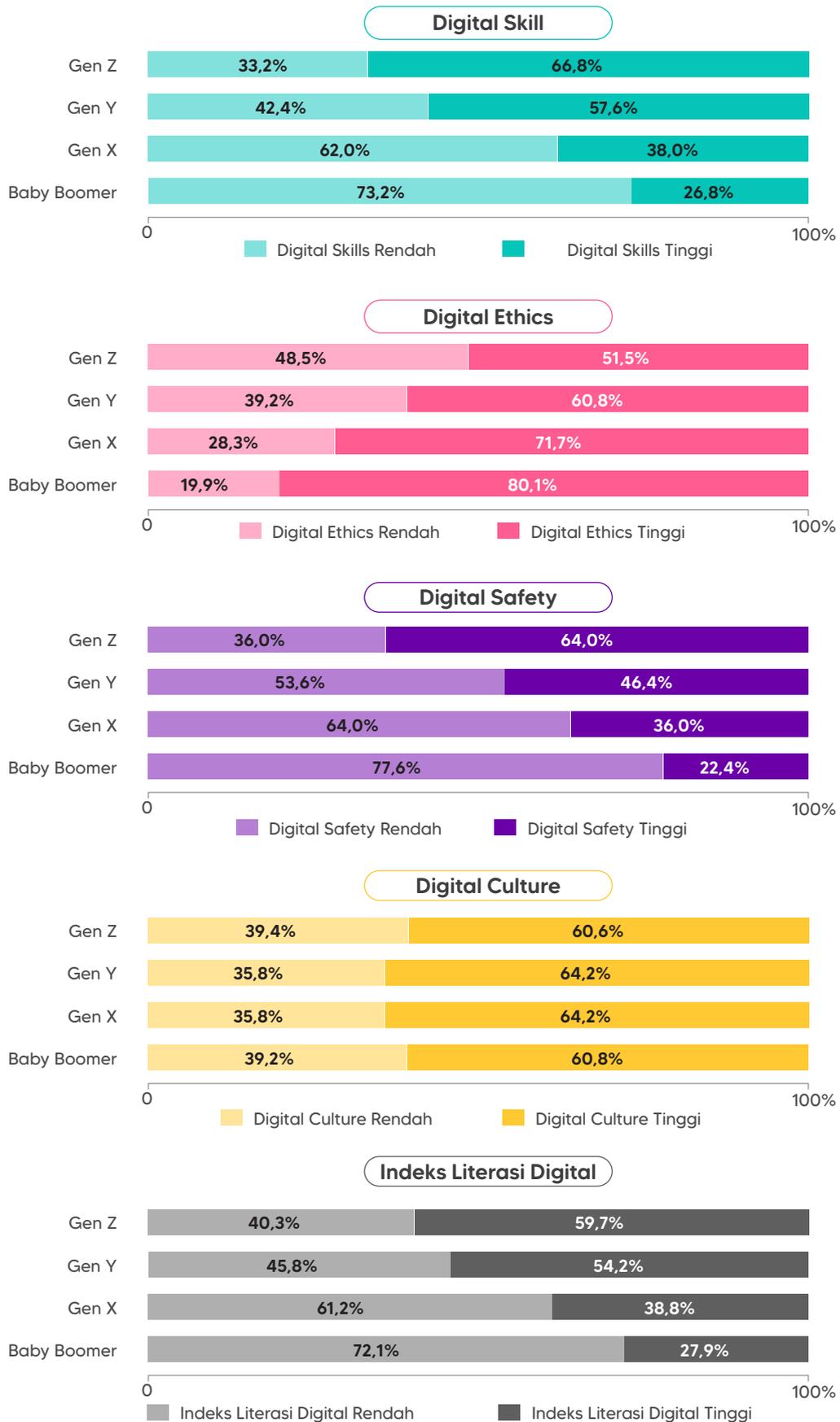
4.3.3 Analisis Indeks Literasi Digital Berdasarkan Usia

Indeks Literasi Digital dianalisis lebih lanjut berdasarkan usia dan berdasarkan pilar-pilar pembentuk indeks. Usia responden dikelompokkan berdasarkan generasi dan dihitung proporsi dari yang memiliki nilai indeks di atas dan di bawah nilai rata-rata nasional.



Grafik 4.14 Proporsi Indeks Literasi Digital Berdasarkan Usia

Indeks Literasi Digital Berdasarkan Usia



Berdasarkan kelompok usia, semakin muda generasinya maka semakin tinggi proporsi orang yang memiliki nilai Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional dibandingkan yang di bawah rata-rata. Generasi Z memiliki proporsi 59,7% untuk yang lebih tinggi di atas rata-rata nasional, sementara Baby Boomer hanya memiliki proporsi 27,9% yang ada di atas rata-rata nasional.

Dilihat dari skor per pilar, semua rentang usia memiliki skor Digital Ethics dan skor Digital Culture yang lebih tinggi dibanding skor rata-rata nasional. Namun, untuk skor Digital Skill dan Digital Safety, proporsi usia yang lebih muda yang memiliki skor yang berada di atas skor rata-rata nasional lebih banyak dibanding yang di bawah rata-rata.

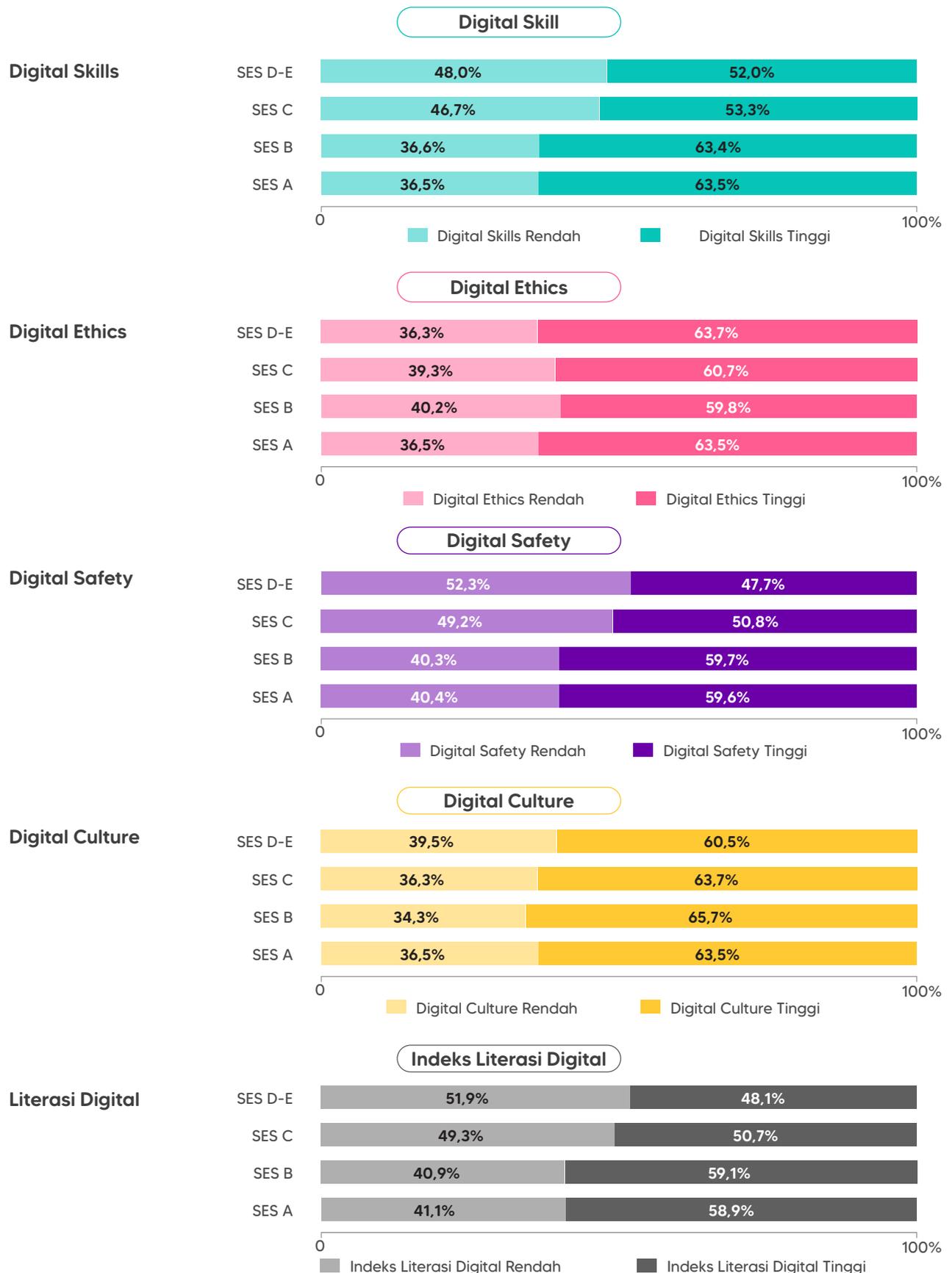
4.3.4 Analisis Indeks Literasi Digital Berdasarkan Sosial Ekonomi Status (SES)

Indeks Literasi Digital dianalisis lebih lanjut berdasarkan SES dan berdasarkan pilar-pilar pembentuk indeks. SES responden dikelompokkan berdasarkan kategori A, B, C, dan D-E (A adalah SES tertinggi dan E adalah SES terendah) dan dihitung proporsi dari yang memiliki nilai indeks di atas dan di bawah nilai rata-rata nasional.



Grafik 4.15 Proporsi Indeks Literasi Digital Berdasarkan Sosial Ekonomi Status (SES)

Indeks Literasi Digital Berdasarkan SES

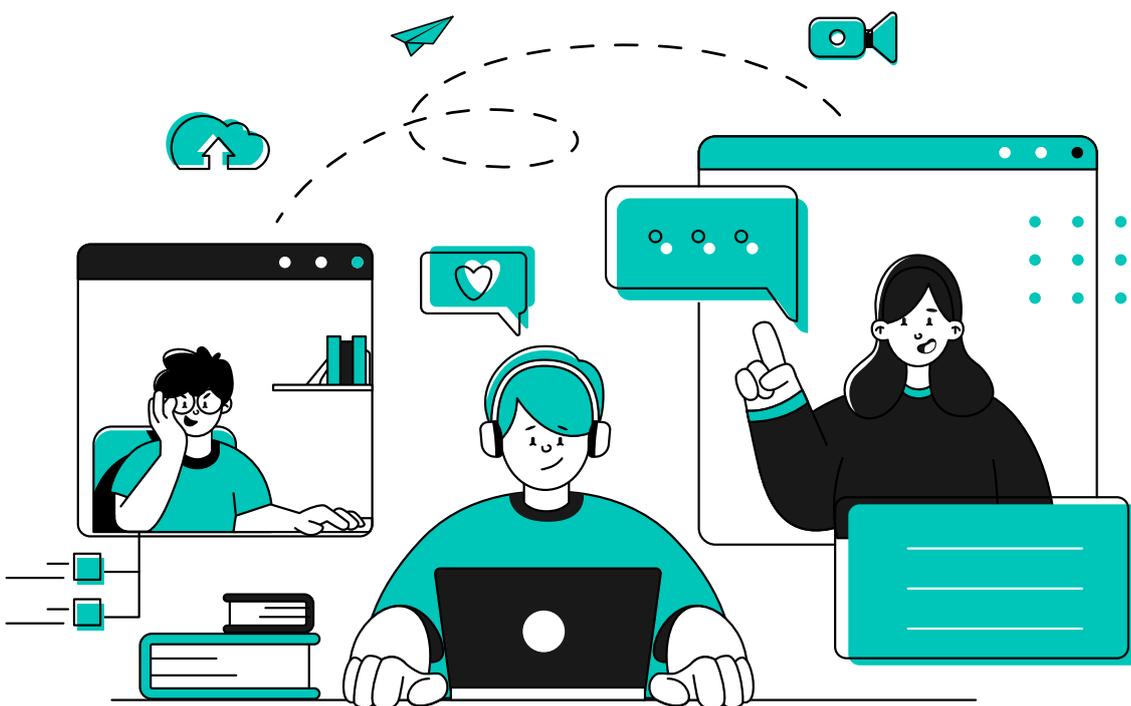


Berdasarkan kelompok SES, proporsi SES yang lebih tinggi memiliki nilai Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional lebih banyak dibandingkan dengan kelompok SES yang lebih rendah. SES A yang memiliki nilai indeks di atas rata-rata sebanyak 58,9%, sementara SES D-E hanya 48,1%.

Dilihat dari skor per pilar, setiap kelompok SES sama-sama memiliki proporsi lebih besar untuk skor Digital Ethics dan skor Digital Culture yang lebih tinggi dibanding skor rata-rata nasional. Namun, untuk skor Digital Skill, SES lebih tinggi memiliki kecenderungan proporsi yang lebih besar untuk memiliki skor Digital Skill di atas rata-rata skor nasional. Sama halnya dengan proporsi SES pada Pilar Digital Safety. SES yang lebih tinggi cenderung memiliki skor di atas rata-rata nasional lebih besar, yaitu SES A ada 59,6% yang berada di atas rata-rata, sementara SES D-E ada 47,7% yang memiliki skor di atas rata-rata.

4.3.5 Analisis Indeks Literasi Digital Berdasarkan Pendidikan

Indeks Literasi Digital dianalisis lebih lanjut berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh dan berdasarkan pilar-pilar pembentuk indeks. Pendidikan terakhir responden dikelompokkan berdasarkan kategori pendidikan tinggi (S1 sederajat atau lebih tinggi) dan pendidikan rendah (SMA sederajat atau lebih rendah) dan kemudian dihitung proporsi dari yang memiliki nilai indeks di atas dan di bawah nilai rata-rata nasional.



Grafik 4.16 Proporsi Indeks Literasi Digital Berdasarkan Pendidikan



Berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuh, proporsi responden dengan pendidikan tinggi memiliki nilai Indeks Literasi Digital di atas rata-rata nasional (67,8%) lebih banyak dibandingkan yang di bawah rata-rata (32,2%). Sementara hal sebaliknya dengan kelompok responden dengan pendidikan rendah, 48,5% memiliki nilai indeks di atas rata-rata, sementara 51,5% lainnya memiliki nilai indeks di bawah rata-rata.

Dilihat dari skor per pilar, baik kelompok pendidikan tinggi maupun pendidikan rendah sama-sama memiliki skor Digital Skill, skor Digital Ethics, dan skor Digital Culture yang mayoritas lebih tinggi dibanding skor rata-rata nasional. Namun, untuk skor Digital Safety, proporsi kelompok dengan pendidikan tinggi memiliki skor Digital Safety di atas skor rata-rata nasional (68,5%) lebih banyak dibanding yang di bawah rata-rata (31,5%). Proporsi pendidikan rendah untuk skor Pilar Digital Safety justru sebaliknya, 48,5% kelompok pendidikan rendah memiliki skor Digital Safety di atas rata-rata. sementara 52,5% lainnya memiliki skor pilar di bawah rata-rata nasional.

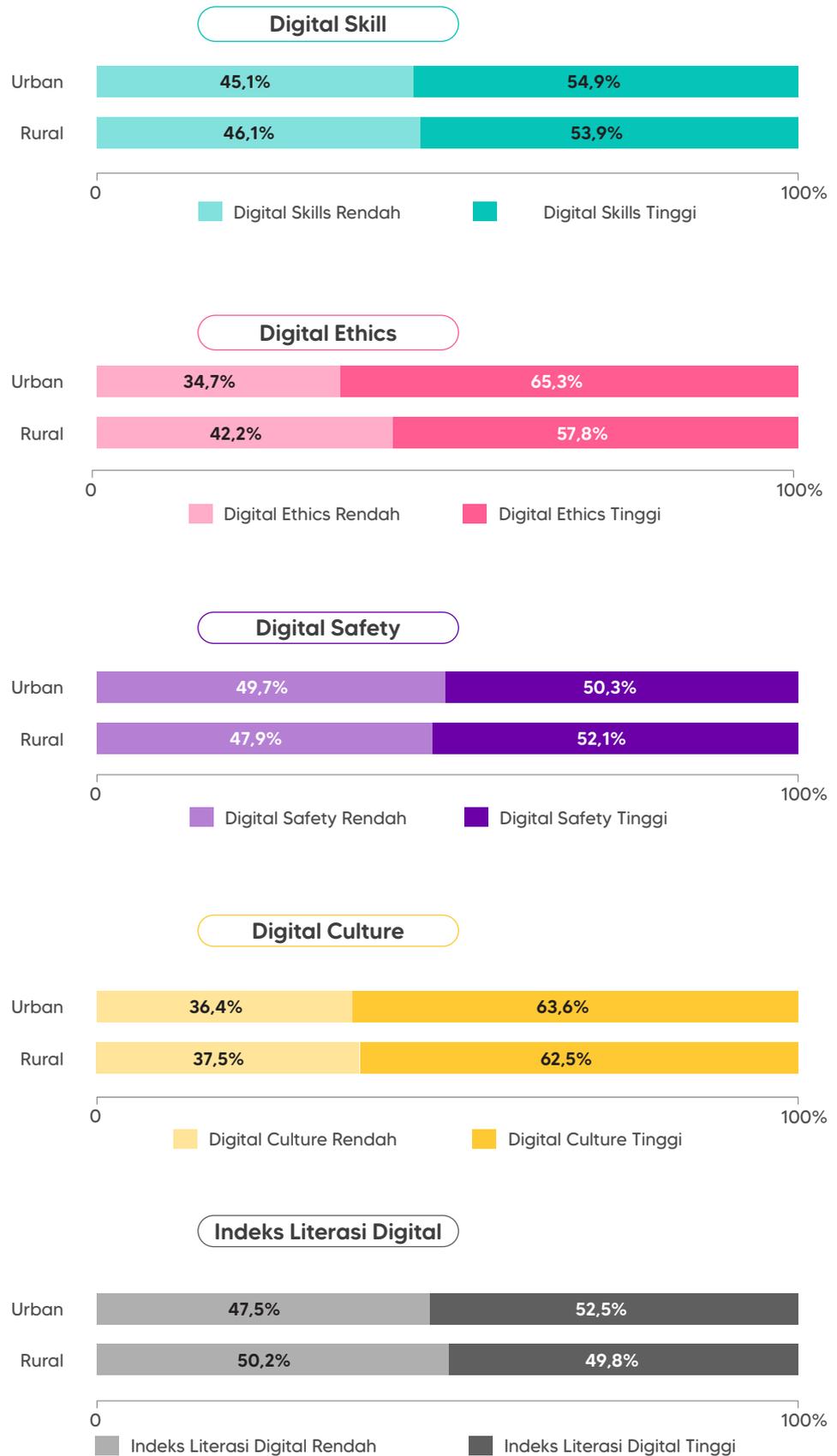


4.3.6 Analisis Indeks Literasi Digital Berdasarkan Lokasi Urban dan Rural

Indeks Literasi Digital dianalisis lebih lanjut berdasarkan kelompok lokasi urban dan rural serta berdasarkan pilar-pilar pembentuk indeks. Lokasi urban dan rural ini responden dikelompokkan dan dihitung proporsi dari yang memiliki nilai indeks di atas dan di bawah nilai rata-rata nasional.



Grafik 4.17 Proporsi Indeks Literasi Digital Berdasarkan Lokasi Urban dan Rural



Berdasarkan lokasi urban dan rural, proporsi responden yang tinggal di kawasan urban memiliki nilai Indeks Literasi Digital sedikit di atas rata-rata nasional (52,5%) lebih banyak dibandingkan yang di bawah rata-rata (47,5%). Sementara hal sebaliknya dengan responden yang tinggal di kawasan rural, hanya 49,8% yang memiliki nilai indeks di atas rata-rata, sementara 50,82 lainnya memiliki nilai indeks di bawah rata-rata.

Dilihat dari skor per pilar, responden yang tinggal di kawasan urban maupun rural sama-sama memiliki jumlah proporsi responden lebih besar untuk yang memiliki skor yang lebih tinggi dibanding skor rata-rata nasional, namun perbedaannya tidak terlalu besar.



05 Penutup



Secara nasional, akses sinyal internet semakin terjangkau. Akan tetapi jaringan internet yang tidak stabil sehingga koneksi sering terputus masih menjadi kendala utama. Selain itu kebanyakan orang pada tahun 2021 merogoh kantong Rp 50.000 – Rp 100.000 per bulan untuk akses internet. Komunikasi lewat pesan singkat dan bersosial media menjadi aktivitas utama para responden ketika berselancar di internet.

Media sosial menjadi sumber utama masyarakat untuk mengakses informasi, sedangkan televisi merupakan sumber yang paling dapat dipercaya. Alasannya adalah informasi dan data yang disediakan jelas dan lengkap. Namun dalam hal mencerna berita, baik kebiasaan negatif maupun kebiasaan positif cenderung menurun untuk dilakukan pada tahun 2021.

Mayoritas responden menyebarkan dan mendapatkan informasi menggunakan WhatsApp, Facebook dan Tiktok kepada keluarga atau teman dekat. Terlebih lagi, beberapa kegiatan yang masih dilakukan di media sosial oleh sebagian kecil masyarakat adalah menambahkan info lokasi terkini, mencoba unduh aplikasi dan juga mengunggah foto KTP.

Pada pengukuran Indeks Literasi Digital tahun 2021, literasi digital Indonesia termasuk ke dalam kategori sedang dengan skor indeks 3,49. Skor Pilar Digital Skill adalah 3,44, Pilar Digital Ethics 3,53, Pilar Digital Safety 3,10, dan Pilar Digital Culture 3,90. Pilar Digital Culture merupakan pilar dengan skor tertinggi, sedangkan pilar Digital Safety adalah pilar paling rendah.

Indeks Literasi Digital ini dianalisis berdasarkan beberapa faktor terkait karakteristik dan juga profil responden. Berdasarkan jenis kelamin, laki-laki cenderung lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital di atas rata-rata nasional dibandingkan perempuan. Dilihat dari kategori usia, semakin muda usianya cenderung lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital di atas rata-rata nasional dibandingkan usia yang lebih tua.

Berdasarkan kategori SES, semakin tinggi SES cenderung lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital di atas rata-rata nasional dibandingkan SES yang lebih rendah. Dilihat dari tingkat pendidikan, pendidikan tinggi cenderung lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital di atas rata-rata nasional dibandingkan yang mengenyam pendidikan rendah. Jika dianalisis berdasarkan kawasan tempat tinggal, kawasan urban cenderung lebih banyak yang memiliki indeks literasi digital di atas rata-rata nasional dibandingkan kawasan rural.

