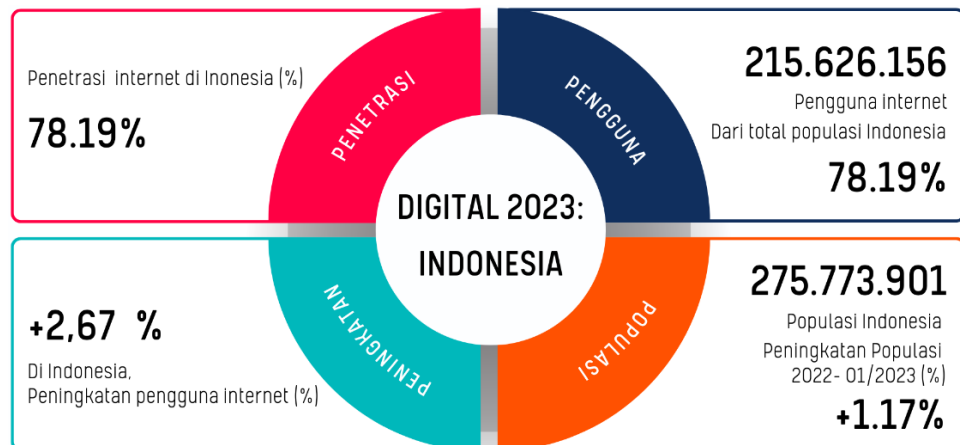


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mencatat bahwa jumlah konsumen internet telah menjangkau 215,6 juta pada Januari 2023. Nominal ini membeberkan senilai 78,19% populasi masyarakat Indonesia telah menjadi warga internet (*citizen of the net*).¹



Gambar 1 Tren Internet Indonesia 2023 (Data Diolah)

Sebagaimana perkembangan internet menjadi cukup masif dan berbanding lurus dengan perkembangan media sosial itu sendiri.² Hal ini menuntut untuk para

¹Peluncuran Hasil Survei APJII 'Profil Pengguna & Tren Internet Indonesia 2023' (APJII, 2023) <https://www.youtube.com/watch?v=gVzebwSbsKc> (16 Mei 2023).

²Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi dan Informasi Organisasi yang Efektif (KEMENKEU RI, 2020) <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html> (27 Februari 2023).

pengguna cakap dalam menggunakan internet, termasuk media sosial. Idealnya, para pengguna bijak dalam memproduksi informasi melalui media sosial. Realitanya di lapangan, literasi bermedia sosial belum mampu setara meningkat, akibat penggunaannya yang kurang bijak, pengguna seringkali terlibat dalam perilaku yang berkonotasi negatif.³ Sebagai satu contoh realita, seperti maraknya jenis konten negatif dari kanal media berkedok "islami" di Indonesia. Dilansir dari situs BBC Indonesia tentang kelompok Muslim Cyber Army (MCA) rentan mempublikasikan konten ekstremisme, disinformasi, serta konten kebencian (*hate speech*) yang kontroversial.⁴ Riset Andreas Harsono pun telah melantaskan,

The rise of islamism in Indonesia has led to discrimination, intimidation, and violence.... which is fueled by hate speech and disinformation masquerading as "news" on the internet (Kebangkitan islamisme di Indonesia telah menimbulkan diskriminasi, intimidasi, dan kekerasan.... yang dipicu oleh ujaran kebencian dan disinformasi yang menyamar sebagai "berita" di internet).⁵

Berkaitan tentang konten negatif tersebut, dilaporkan juga bahwa selama periode 2022 kurang lebih 238.226 dari segala bentuk konten negatif yang terlapor di ruang digital di-*takedown* oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia.⁶ Hal ini menunjukkan kesalahan mendasar dimana kreator menempatkan logika bahan (konten) sebelum logika isi (literasi) hingga mengunggah konten

³Administrator, Membumikan Literasi Media Sosial (RadarJogja, 2020) <https://radarjogja.jawapos.com/opini/65742233/membumikan-literasi-media-sosial> (01 Mei 2023).

⁴Heyder Affan, Seputar Muslim Cyber Army: Sebarkan Isu PKI Bangkit, Pembunuhan Ulama, Hingga Tim Sniper (BBC NEWS INDONESIA, 2018) <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-43287955> (27 Februari 2023).

⁵Andreas Harsono, *The Internet, Islamism and Repressive Regulations Pressure Indonesian Media* (Human Rights Watch, 2021) <https://www.hrw.org/news/2021/12/08/internet-islamism-and-repressive-regulations-pressure-indonesian-media> (27 Februari 2023).

⁶Adrean W. Finaka, Yuk! Adukan Bersama Konten Negatif (Indonesiabaik.id, 2023) <https://indonesiabaik.id/infografis/yuk-adukan-bersama-konten-negatif> (27 Februari 2023).

tanpa menfilter konsekuensi dan isi kandungan konten. Mimah S., komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Pusat turut mengakui bahwa, "kami masih terbatas melakukan literasi kepada *content creator*".⁷ Pernyataan itu menyiratkan bahwa belum optimal standarisasi literasi untuk para *content creator*. Standarisasi literasi untuk para kreator informasi, diperlukan untuk mengatasi perkara di media sosial; konten negatif serta penyebaran informasi salah/tidak akurat (*mis-information*), yang sengaja salah/tidak akurat (*dis-information*) dan yang palsu/tidak akurat dengan tujuan merugikan (*mal-infromation*). Selama ini, perkara tersebut ditangani secara pendekatan hukum reaktif sedangkan upaya preventif kurang proaktif.⁸

MIL merupakan konsep kompleks usulan UNESCO pada tahun 2007, yang mencakup keterampilan tentang literasi informasi, literasi media, dan kompetensi digital.⁹ *MIL* dirancang untuk seluruh kreator informasi, telah dituturkan bahwa, "*it has become essential for full participation in educational, professional, and social activities* (penting untuk berpartisipasi penuh dalam kegiatan pendidikan, profesional, dan sosial)."¹⁰ Dengan *MIL*, kreator informasi mampu menciptakan lingkungan media sosial yang positif. Berliterasi di media sosial, begitu acap sekali

⁷Vincentius Mario, Soal Kehadiran Fajar Sadboy di Televisi, KPI Sebut Deddy Corbuzier sebagai Masyarakat yang Perlu Diliterasi (Kompas, 2023) <https://www.kompas.com/hype/read/2023/01/20/150417666/soal-kehadiran-fajar-sadboy-di-televisi-kpi-sebut-deddy-corbuzier-sebagai?page=all> (06 Februari 2023).

⁸Bobi Guntaro, "Indonesia" in Media and Information Literacy Education in Asia, ed. Masato Kajimoto, Misako Ito, dan Ming-Kuok Lim (Bangkok: UNESCO Office, 2020), 52.

⁹UNESCO IITE, Media and Information Literacy (UNESCO, 2021) <https://iite.unesco.org/mil/> (09 Juli 2022).

¹⁰University of Colorado Boulder, Making Engagement with Media and Information Liteacy (ATLAS, n.d.) <https://www.colorado.edu/atlas/making-engagement-media-and-information-literacy> (09 Juli 2022).

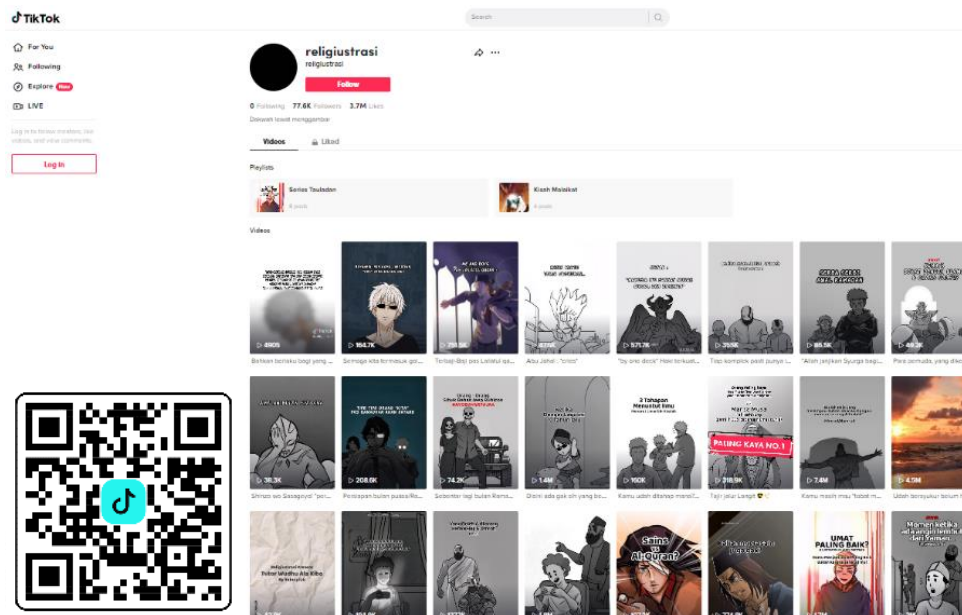
dipandang sebagai kebiasaan "*posting*" saja. Padahal sebagai upaya membantas sisi buruk di media sosial; konten negatif, *MIL* ini adalah sebuah teori dan praktik yang menitikberatkan *ethical media utilization* dan *ethical use of information*.¹¹ Hal ini juga melambangkan bahwa *MIL* tentang "akhlak" penggunaan informasi dan media yang juga menjadi sorotan untuk *content creator* di dunia *cyber religion*; praktik penyebaran ajaran agama melalui media siber.

@Religiustrasi, sebuah akun media dakwah yang turut berperan dalam aktivitas *cyber religion*. Berdasarkan survei teraktual, Indonesia menduduki peringkat ke-3 sebagai *weaboo* atau wibu.¹² Oleh karena salah satu itu, @Religiustrasi sebagai akun *edutainment* (*education* dan *entertainment*), menghadirkan konten ilustrasi dakwah yang dipresentasikan dengan cara mengadopsi elemen frasa *trendy* atau pose ikonik karakter *anime* sebagai *the starting point* (titik awal) untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan generasi muda dalam mengetahui nilai-nilai religi. @Religiustrasi menonjolkan konten islami secara kreatif melalui medium *media sharing networks* sebagai perangkat produksi untuk berbagi konten animasi ilustrasi dakwah. *Media sharing networks* seperti TikTok dan Instagram yang dimiliki @Religiustrasi, dikenal *the cutting-edge digital platforms* (*platform digital terkini*).¹³

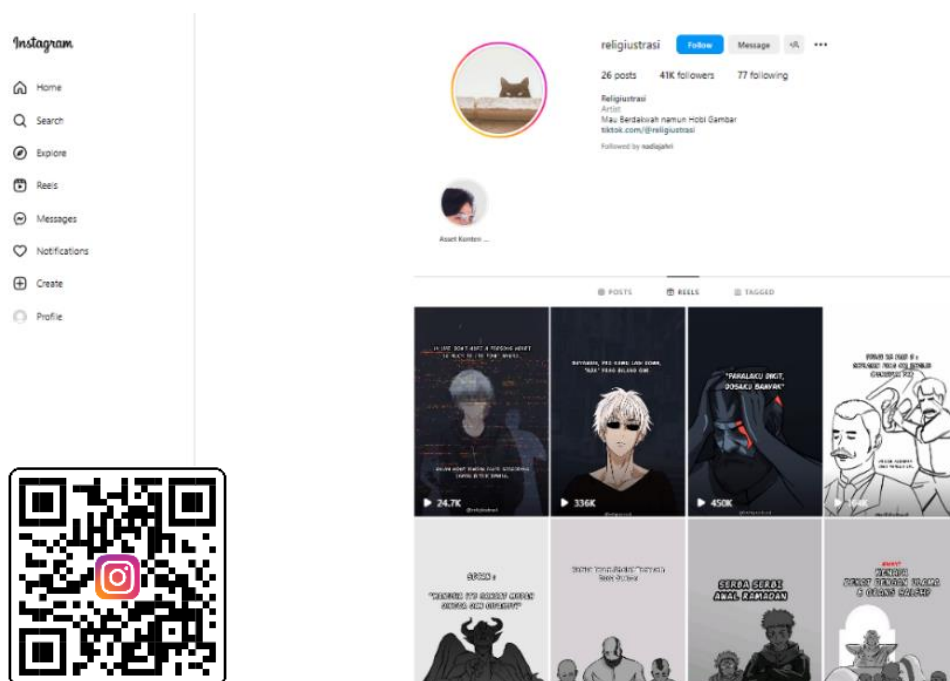
¹¹United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC), Unifying Notions of *MIL* (UNAOC.org, n.d.) <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> (09 Februari 2023).

¹²Milati Azmiawati, Indonesia Masuk Urutan Ke-3 dari 7 Negara dengan Jumlah Wibu Terbanyak di Dunia (INEWS, 2021) <https://pandeglang.inews.id/read/199873/indonesia-masuk-urutan-ke-3-dari-7-negara-dengan-jumlah-wibu-terbanyak-di-dunia> (09 Februari 2023).

¹³Krystal Scanlon, Prioritizing Tiktok, Agencies Move Away From Creating Content For Instagram, Youtube (DIGIDAY, 2022) <https://digiday.com/marketing/agencies-move-away-from-creating-content-for-instagram-youtube-to-prioritize-tiktok/> (09 Februari 2023).

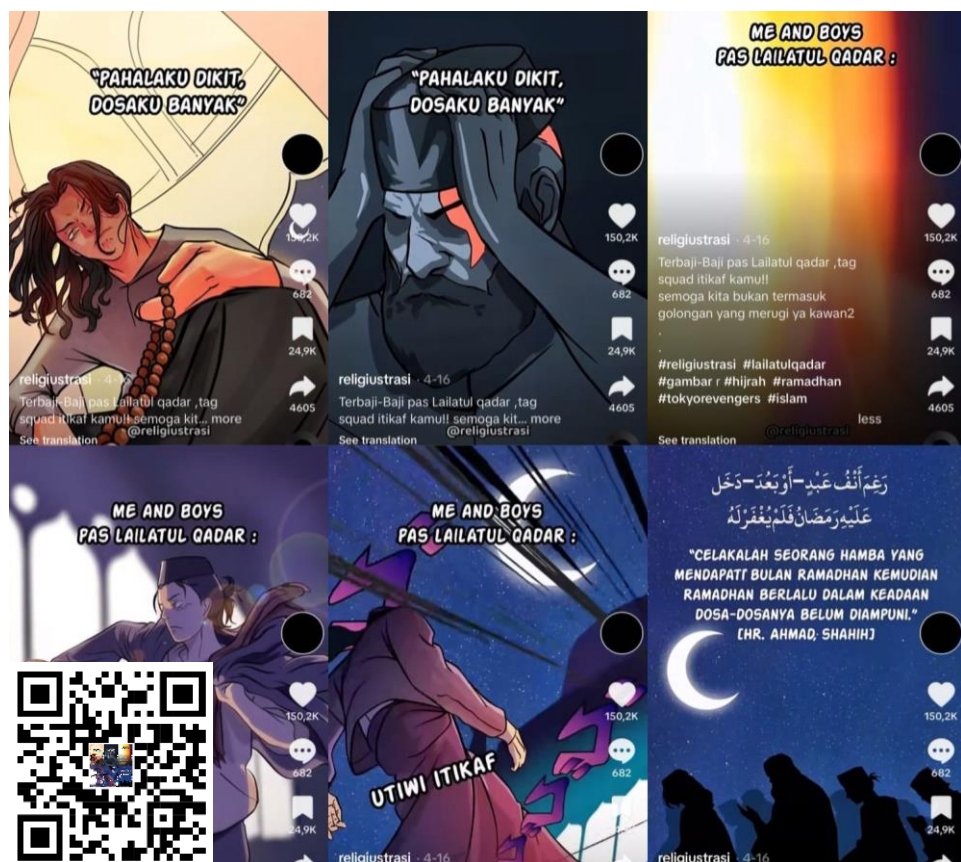


Gambar 2 TikTok (*Content Communities*) @Religiustrasi



Gambar 3 Instagram (*Social Networking Sites*) @Religiustrasi

Berbagai upaya untuk merealisasikan maksud @Religiustrasi untuk ikut andil dalam *cyber religion*, termasuk berdakwah dengan konten animasi ilustrasi berformat *digital storytelling*. Alih-alih mengandalkan konten yang sarat teks, strategi *storytelling* ini, membutuhkan pendekatan "*show, don't tell*. (tampilkan, jangan diberitahu)". Konteks konten @Religiustrasi ialah religi, seperti *digital storytelling* islami tentang kisah islami atau *lifeskill* inspiratif dalam bentuk ilustrasi dengan kemasan *trendy* seperti penggunaan istilah, frasa, atau *meme* yang populer untuk menjembatani *communication gap*, kesenjangan antara pesan dakwah dengan budaya dan bahasa pada generasi para *muslim digital enthusiasts* (muslim pengguna aktif perangkat digital dan *platform* media sosial).



Gambar 4 Salah Satu *Digital Storytelling* Islami @Religiustrasi

Dalam perancangan *digital storytelling*, terdapat standarisasi proses sistematis yaitu pra produksi, produksi, pasca produksi, dan distribusi. Standarisasi tersebut dapat menjadi panduan *content creator* dalam menghasilkan konten *digital storytelling*. Para *content creator* juga perlu memiliki kecakapan mengelola informasi dan media; integrasi *MIL* yaitu kemampuan mengakses, memahami atau mengevaluasi, dan menciptakan konten secara bertanggung jawab.

Tabel 1 Ringkasan Relevansi antara *MIL* dan *Digital Storytelling*

<i>MIL</i>		<i>Digital Storytelling</i>	
Model	Komponen	Tahap	Aktivitas
1- <i>Access</i>	Akses	Praproduksi	1. Identifikasi ide cerita 2. Penelusuran informasi 3. Penulisan skrip 4. Perancangan <i>storyboard</i>
1- <i>Understanding</i>	Evaluasi/ Pemahaman		
2- <i>Assesment and Evaluation</i>			
3- <i>Organisation and Synthesis</i>			
1- <i>Communication and Use</i>	Kreasi	Produksi	1. Penyediaan konten/elemen multimedia
2- <i>Creation and Problem Solving</i>		Praproduksi	1. Pengeditan video 2. Penyuntingan audio 3. Penyuntingan visual
3- <i>Monitoring</i>		Distribusi	1. Pemilihan <i>platform</i> 2. Pengunggahan konten 3. Promosi

Dengan tabel 1 yang dirumuskan di atas telah memberikan ringkasan ulasan tentang relevansi antara *MIL* dan *digital storytelling* berdasarkan model dan aktivitas (tugas) yang dilakukan pada setiap tahap kedua konsep tersebut. Kombinasi antara standarisasi proses sistematis yang dimiliki *digital storytelling* dan keterampilan *MIL* menghasilkan *shareable content*; konten yang pantas

sehingga banyak orang ingin membagikannya, hingga menjangkau dan berdampak pada generasi muda. Melalui tugas yang dilakukan pada setiap tahap tersebut, *MIL* dan *digital storytelling* mampu bersimbiosis, dengan pemahaman kritis yang dikembangkan melalui *MIL* membantu dalam mencari, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang diperlukan untuk menciptakan konten dakwah visual dalam bentuk *digital storytelling*. Sebaliknya, *digital storytelling* memberikan konteks dan aplikasi praktis bagi konsep *MIL*, agar *content creator* berkomunikasi dengan konten melalui cara yang kreatif dan modernis.

Dalam penelitian ini, fokus dibahas tentang implementasi *MIL* dalam perancangan *digital storytelling* islami untuk konten animasi ilustrasi di *media sharing networks* @Religiustrasi, yakni TikTok dan Instagram. Upaya perancangan konten animasi ilustrasi oleh *content creator* @Religiustrasi diharapkan dapat menjadi bentuk anjuran upaya berdakwah secara kreatif serta turut serta meminimalisir marak dampak buruk media dan konten negatif berkedok "islami" dari kreator informasi di tengah konvergensi media dan informasi, dengan cakupan dalam merancang konten dakwah. Penelitian ini mengeksplorasi keterampilan mengelola informasi dan media; integrasi *MIL content creator* @Religiustrasi dengan relevan implementasi *MIL* dalam proses perancangan dakwah yang menggunakan *digital storytelling* sebagai format konten utama. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mencoba menelusuri konsep di atas sembari mengusung topik bertajuk ***Digital Storytelling Islami: Aplikasi Media and Information Literacy (MIL) pada Media Sharing Networks @Religiustrasi.***

B. Fokus Masalah

Untuk mengkaji tentang *digital storytelling* islami: aplikasi *Media and Information Literacy (MIL)* pada *media sharing networks @Religiustrasi*, maka diperlukan pokok kajian, sehingga dihasilkan fokus masalah yakni, bagaimana implementasi *MIL* pada perancangan *digital storytelling* islami untuk konten animasi ilustrasi dakwah di *media sharing networks @Religiustrasi*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bersifat eksploratif, dimana tujuannya secara umum adalah:

1. Mencari relevansi antara konsep *MIL* dan *digital storytelling* islami bagi *content creator* dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana konsep *MIL* diaplikasikan dalam proses kreatif perancangan konten *digital storytelling* islami. Penelitian mengeksplorasi bagaimana *content creator @Religiustrasi* mengintegrasikan komponen-komponen *MIL*, seperti kemampuan akses, evaluasi dan pemahaman, serta kreasi media dan informasi dalam perancangan konten animasi ilustrasi dakwah.
2. Menggali implementasi *MIL* pada perancangan *digital storytelling* islami untuk konten animasi ilustrasi dakwah di *media sharing networks @Religiustrasi*, dimana penulis akan meneliti bagaimana konsep *MIL* diaplikasikan oleh *content creator* dalam merancang konten animasi ilustrasi dakwah tersebut dengan serta mendalami tahapan perancangan *digital storytelling* yang meliputi tahap pra produksi, produksi, pasca produksi, dan distribusi.

D. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian ini, dinantikan dapat memberi manfaat sebagai:

1. Signifikansi ilmiah,

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi pada pengetahuan dan kepustakaan di UIN Antasari Banjarmasin khususnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga terkait dengan topik implementasi *MIL* dalam perancangan *digital storytelling* islami untuk konten animasi ilustrasi di *media sharing networks @Religiustrasi*, sehingga dapat memberikan manfaat bagi yang tertarik atau yang bertautan dengan topik tersebut.

2. Signifikansi praktisi,

- a. Bagi penulis dan pembaca, penelitian ilmiah ini mampu berkontribusi pada penulis dan pembaca dalam memperdalam pengetahuan khususnya tentang konsepsi *MIL* dalam perancangan konten animasi ilustrasi dakwah bagi *content creator* dan menemukan relevansi *MIL* dengan konten *digital storytelling* islami oleh *content creator* serta menggali implementasi *MIL* pada konten animasi ilustrasi dakwah dengan *digital storytelling* islami di *media sharing networks*.
- b. Sebagai bahan masukan bagi *content creator* islami sebagai pengguna *media sharing networks* berorientasi pada pendistribusian konten dakwah agar mengulik lebih dalam tentang perancangan konten berbasis islami yang kreatif dan modernis serta pemanfaatan *medium* berbagi konten sesuai relevansi dengan komponen *MIL*.

E. Definisi Operasional

Untuk mengantisipasi kekeliruan dalam mencerna makna judul penelitian ini, sehingga penulis mengutarakan batasan istilah, yakni:

Digital Storytelling Islami: Aplikasi Media and Information Literacy (MIL) pada Media Sharing Networks @Religiustrasi

1. ***Digital storytelling.*** *Digital storytelling* diterjemahkan dengan cerita digital. Disebutkan bahwa, "*It explains key strategies for conveying narrative through digital technologies*".¹⁴ Maksudnya, sebagai strategi utama untuk penceritaan melalui teknologi digital. Dalam konteks @Religiustrasi, *digital storytelling* dimaksud strategi pengisahan sebuah kisah bersifat islami dengan tujuan penciptaan untuk berdakwah. Sebagaimana arti dari kata islami dalam suatu karya merujuk pada hasil penafsiran, hasil elaborasi teks, contoh ajaran, dan/atau sekedar terinspirasi dari teks kitab suci, Al Qur'an atau hadis.¹⁵
2. ***Media and Information Literacy (MIL).*** Dikemukakan bahwa, "*MIL empowers and endows individuals with knowledge of the functions of the media and information systems and the conditions under which these functions are performed* (*MIL* menguatkan individu dengan pengetahuan tentang fungsi media dan fungsi sistem informasi serta

¹⁴Carolyn Miller dan Handler. *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment* (Burlington: Focal Press, 2004), 58.

¹⁵ Dian R., M. Yoesoef, dan T. Indah, "Mendiskusikan Definisi Sastra Islam dan Sastra Islami dalam Kesusastraan Indonesia Masa Kini," *Mendiskusikan Definisi Sastra Islam dan Sastra Islami dalam Kesusastraan Indonesia Masa Kini* 5, no. 4 (2022): 773.

kondisi dimana fungsi ini dimanfaatkan seharusnya)".¹⁶ Pada penelitian ini dimaksud dengan *MIL* yakni segenap *framework* tentang keterampilan 1- *access and retrieval*, 2- *understanding and evaluation*, 3- *use and creation* untuk mengintegrasikan kecakapan antar upaya menggunakan data informasi sebagai konten dakwah dengan upaya mengelola *media sharing networks* sebagai *medium* distribusi konten.

3. **Media sharing networks.** *Media sharing networks* atau layanan berbagi media disebutkan bahwa, "*this network type includes video and picture media sharing, most are now multimedia, utilizing audio, videos, and pictures* (jenis jaringan ini berbagi media video dan gambar, sebagian besar multimedia, memanfaatkan audio, video, dan gambar)".¹⁷ Dimaksud dalam penelitian ini sarana untuk berbagi konten animasi ilustrasi dakwah oleh @Religiustrasi yakni *content communities* berupa TikTok dan *social networks sites* berupa Instagram.
4. **@Religiustrasi**, yakni akun media sosial yang menekankan unsur desain visual dalam menciptakan konten yang berisikan pesan dakwah. Akun ini berpotensi untuk menyebarkan pengetahuan keislaman berbasis siber; *cyberreligion* dengan mendistribusikan konten animasi ilustrasi dakwah yang berbentuk *digital storytelling* islami dengan hasil karya konten kreatif ilustrasi pada *media sharing networks*-nya.

¹⁶Information and Media Literacy: What is IML (Redlands, 2019) <https://library.redlands.edu/IML> (24 Mei 2022).

¹⁷Ingrid Adames, 5 Types of Social Media Networks and The Benefits of Each One (Search Engine Journal, 2022) <https://www.searchenginejournal.com/social-media-networks-types/463203/> (18 Februari 2023).

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

Ket.	Jurnal	Jurnal	Jurnal
Penulis	Rofiza Aboo Bakar, 2019	Asti Prasetyawati, 2021	Ika Fadillah dan Khurotu Dini, 2021.
Judul	<i>Digital Storytelling: an Influential Reading Comprehension and Creativity Tool for the 21st Century Literacy Skills</i>	<i>Digital Storytelling Kok Bisa?: Mengubah Keberlimpahan Informasi menjadi Konten Edukasi</i>	<i>Digital Storytelling Sebagai Strategi Baru Meningkatkan Minat Literasi Generasi Muda</i>
Metode	Studi literatur	Kualitatif deskriptif	Studi pustaka
Persamaan	Objek penelitian: implementasi <i>digital storytelling</i> menjadi alat yang menanamkan keterampilan literasi	Objek penelitian: perancangan <i>digital storytelling</i> menjadi alat yang diaplikasikan keterampilan literasi	Objek penelitian: penerapan konten <i>digital storytelling</i> sebagai alternatif baru yang bersangkutan dengan literasi
Perbedaan	Penelitian terdahulu		
	Subjek penelitian: signifikasi keterampilan <i>digital storytelling</i> untuk implementasi kreativitas dan literasi abad ke-21 siswa	Fokus penelitian: perancangan <i>digital storytelling</i> menjadi alat yang diaplikasikan literasi konsep one percent learning oleh tim <i>Kok Bisa?</i>	Subjek penelitian: penerapan <i>digital storytelling</i> pada generasi muda; pelajar
	Penelitian penulis		
	Subjek penelitian: signifikasi tahapan perancangan <i>digital storytelling</i> untuk implementasi literasi <i>MIL content creator</i>	Fokus penelitian: perancangan <i>digital storytelling</i> menjadi alat yang diaplikasikan komponen literasi MIL oleh <i>content creator @Religiustrasi</i>	Subjek penelitian: penerapan literasi pada konten <i>digital storytelling</i> yang diolah oleh <i>content creator</i>

G. Sistematika Penulisan

Untuk menyederhanakan penelitian ini, sehingga penulis menata sistematika berdasarkan rentang bab serta sub-bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini sebagai langkah mula penelitian hingga penulis membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menelaah kajian teori tentang *MIL*, *digital storytelling* islami dan *media sharing networks*, serta kerangka pikir yang menjadi rangkaian konseptual akan kajian teori.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini telah mengulas tentang jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini tentang (A) hasil penelitian yakni deskripsi objek penelitian tentang profil @Religiustrasi dan *media sharing networks* @Religiustrasi, perancangan *digital storytelling* islami @Religiustrasi hingga (B) hasil pembahasan tentang implementasi *MIL* pada *digital storytelling* islami @Religiustrasi.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup ini sebagai bagian dari ujung uraian penelitian ini yang meliputi kesimpulan dan rekomendasi yang diutarakan oleh penulis.