

LITERASI DIGITAL DAN SOCIOPRENEURSHIP; “BUILDING A COMMUNITY IN A CHANGING SOCIAL MEDIA WORLD”

Kurnia, Natalia Sukarnadi, Sherly Theresia, Frankly Oktavian Palendeng
Universitas Pelita Harapan Jakarta

Abstrak: Wirausaha sosial membutuhkan dukungan masyarakat khususnya dalam pemahaman literasi digital untuk difungsikan sebagai sarana usaha yang juga mampu menumbuhkan sikap peduli sosial lingkungan dan membangun kesadaran akan jiwa bermasyarakat. Literasi Digital dibutuhkan sebagai upaya mewujudkan ekosistem ruang digital yang dapat menunjang semangat wirausaha muda dalam melakukan dan mendukung sociopreneurship. Studi ini difokuskan pada kegiatan sosialisasi pemanfaatan ruang digital sebagai media literasi bagi generasi muda yang dianggap sebagai akselerator media digital, sehingga diharapkan kegiatan ini dapat menumbuhkan kesadaran pemanfaatan media sosial untuk sebagai media bisnis dan sociopreneurship sekaligus sebagai sarana untuk mengasah kecakapan generasi muda dalam memanfaatkan potensi digitalnya. Metode yang digunakan adalah *pre-experimental method* dengan menggunakan kelas pembandingan hasil *pre-test* dan *post-test* sebagai upaya untuk menjelaskan secara komprehensif hasil pelaksanaan kegiatan. Hasil *pre-test* dan *post-test* dapat diketahui bahwa secara rata-rata pengetahuan dan kecakapan literasi digital peserta meningkat 36% dan komitmen dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana wirausaha juga meningkat 36%. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi perwujudan peran serta akademisi dan praktisi dalam mempercepat akselerasi transformasi digital guna menyiapkan generasi muda yang memahami kompetensinya sebagai digital dan sociopreneur.

Kata kunci: literasi digital, wirausaha sosial, digital business, sociopreneurship

PENDAHULUAN

Sociopreneurship memunculkan wirausahawan yang memiliki keberdayaan dalam mengidentifikasi beragam usaha yang mampu menghasilkan nilai-nilai sosial guna mengatasi dinamika maupun masalah yang muncul dalam masyarakat dan dalam hal ini, generasi muda memiliki potensi sebagai penggerak kewirausahaan sosial dengan kemampuan adaptasi perkembangan teknologi informasi untuk kepentingan peningkatan keadaan sosial dan ekonomi masyarakat (Puspitasari, 2018). Wirausaha sosial membutuhkan dukungan masyarakat khususnya dalam pemahaman literasi digital untuk difungsikan sebagai sarana usaha yang juga mampu menumbuhkan sikap peduli

sosial lingkungan dan membangun kesadaran akan jiwa bermasyarakat (Ulya, 2022). Literasi digital akan berdampak pada kompetensi wirausaha muda (Bahri, 2021).

Literasi digital menjadi faktor penting dalam memberikan kecakapan dasar bagi wirausaha sosial khususnya bagi pelaku bisnis muda saat ini. Ruang digital menjadi media terbuka yang memungkinkan beragam isu dan fenomena berkembang dengan atau tanpa kontrol, sehingga membutuhkan kejernihan berpikir untuk memahami dan pemanfaatannya (Kovaitė et al., 2020). Saat ini terdapat setidaknya 196,7 pengguna internet di Indonesia dengan potensi ekonomi digital Indonesia diproyeksikan mencapai 124 USD pada tahun 2025 mendatang. Hal ini tentu menciptakan

*Corresponding Author.
e-mail: kurnia.add@gmail.com

peluang positif dalam pemanfaatan ruang digital dalam berwirausaha. Praktisi maupun entrepreneur tentu memahami bagaimana ruang digital sangat berdampak dalam segala aspek. Bahkan literasi digital secara aktif diinisiasi oleh pemerintah melalui sosialisasi pentingnya pemahaman terkait *digital ethics*, *digital safety*, *digital skill*, dan *digital culture* dalam seluruh aspek dan bidang (pusdatinkemendikbud.go.id).

Media digital berperan kompleks sebagai medium yang mampu mengakulturasi budaya, mewarnai nilai-nilai dan pola hidup hingga dinamika sosial masyarakat penggunanya (Abraham, 2020). Untuk menjadi sociopreneur di era digital kecakapan penggunaan dan penguasaan platform digital termasuk media sosial dibutuhkan agar dapat menciptakan perubahan dan dapat memberi pengaruh optimal dalam pemberdayaan masyarakat (Surniandari, 2018). Oleh karena itu, urgensi terkait pemahaman pemanfaatan dan penggunaan media sosial juga menjadi semakin dibutuhkan saat ini khususnya bagaimana penggunanya dapat secara sadar mampu memanfaatkan media sosial yang diakesnya. Pemahaman ini pada akhirnya akan mengarahkan pengguna media digital menjadi lebih selektif dalam memanfaatkan media sosial yang dimilikinya (Salaudeen et al., 2020).

Perkembangan sosial media sebagai bagian dari media digital melahirkan ekosistem yang menguntungkan para sociopreneur muda, di antaranya sebagai platform untuk mengoptimalkan sharing economy dan media edukasi bisnis yang dapat diarahkan pada pemberdayaan lingkungan masyarakatnya (Lindawati, 2018). Saat ini generasi muda Indonesia didominasi oleh Generasi Z yang dekat dengan media sosial dan generasi ini memegang peranan penting dalam perkembangan sosial ekonomi, budaya, dan politik serta perubahan dinamika global yang membentuk perilaku dan nilai-nilai di dalamnya,

bahkan dalam pemberdayaan ekonomi, Generasi Z dibutuhkan sebagai kelompok masyarakat yang dianggap mampu mengatasi masalah kurangnya pengetahuan teknologi informasi dan digitalisasi bisnis (Setyawati, 2022). Percepatan teknologi digital dalam platform media sosial, menumbuhkan laju interaksi antar manusia. Kolektivitas dan dukungan infrastruktur teknologi, mempermudah interaksi personal yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan dampak sosial (Nguyen et al., 2021).

Media sosial menjadi medium bagi komunitas yang merupakan bagian dari unit sosial yang terbentuk dan terlibat dalam minat, tujuan, dan sikap yang sama (Shine, 2021). Pada umumnya, pengguna media *online* menghabiskan waktunya tujuh jam per hari untuk berinteraksi di media sosial dan penduduk Asia Tenggara khususnya menghabiskan waktu lebih lama di sosial media jika dibandingkan dengan pengguna negara lainnya, bahkan pengguna media *online* di Indonesia rata-rata menghabiskan 08 jam 52 menit setiap harinya (We Are Social, 2021). Peneliti dan praktisi menganggap bahwa media sosial bagian dari fenomena sosial dalam kehidupan bermasyarakat (Bartosik et al., 2020).

Media sosial seringkali diasosiasikan sebagai platform yang banyak menimbulkan permasalahan mental generasi muda, namun di sisi lain sosial media sangat potensial sebagai media yang mampu menggerakkan dan menggaungkan semangat positif generasi muda (O'reilly et al., 2019). Media sosial dapat dijadikan sebagai salah satu akselerator bisnis dan mendukung gerakan sociopreneurship di kalangan muda. Pemanfaatan media sosial akan mempercepat upaya pemerataan dan memperkuat kemandirian (Setyawati Agnes, 2021). Di Indonesia, generasi muda menghadapi permasalahan kompleks dalam pemanfaatan media sosial (Jati Suwito & Zamzani, 2019). Oleh karena itu, kegiatan edukasi literasi digital ini me-

rupakan bagian dari aksi dukungan atas program Literasi Digital yang sedang digaungkan oleh pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika yang berupaya mewujudkan ekosistem ruang digital yang dapat menunjang semangat wirausaha muda dalam melakukan dan mendukung sociopreneurship. Kegiatan ini difokuskan pada kegiatan sosialisasi pemanfaatan ruang digital sebagai media literasi bagi generasi muda yang dianggap sebagai akselerator media digital, sehingga diharapkan kegiatan ini dapat menumbuhkan kesadaran pemanfaatan media sosial untuk sebagai media bisnis dan sociopreneurship sekaligus sebagai sarana untuk mengasah kecakapan generasi muda dalam memanfaatkan potensi digitalnya.

METODE PELAKSANAAN

Pre-experimental method dijadikan sebagai metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan mengimplementasikan pra-eks-

perimen. Metode ini digunakan untuk menggunakan kelas pembanding sebagai upaya untuk menjelaskan secara komprehensif hasil pelaksanaan kegiatan (Juita & Yusmaridi, 2018). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan melalui Google form (*pre-test* dan *post-test* dengan pertanyaan yang sama) kepada peserta kegiatan. Kuesioner dibagikan dalam dua sesi yaitu tahap *pre-test* yang dilakukan sebelum pelaksanaan materi dan tahap *post-test* setelah materi disampaikan dalam kegiatan. Instrumen *pre-test* dan *post-test* dirancang menggunakan skala Likert dengan pertanyaan tertutup (pilihan jawaban ya dan tidak) untuk kemudian membandingkan hasil ketercapaian tujuan penyelenggaraan kegiatan.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini sasaran kegiatan ditetapkan berdasarkan target ketercapaian sasaran audiens yaitu generasi muda dengan usia 17 hingga 25 Tahun yang merupakan pengguna dominan media sosial

Tabel 1 Rincian Kegiatan dan Perangkat Penunjang Pelaksanaan Kegiatan

Kerangka Program	Perangkat Penunjang	Output	Outcome
Kegiatan diselenggarakan dengan sosialisasi dan <i>Workshop Program</i> pemanfaatan media sosial sebagai medium berwirausaha digital dan literasi digital; <i>Building Community in Changing Social Media World</i> melibatkan Tutor yaitu: Program Manager Cerdas Digital Nusantara: Mira Laksmono, S.Hum., M.Sc. Dosen sekaligus Digital Marketer: Kurnia, S.E., M.M. Praktisi Bisnis dan CEO PT Bakti Nusantara Abadi Indonesia: Natalia Sukarnadi, M.M.	Materi audio visual Komputer/Laptop Zoom Meeting Media Survey instrument	1. Baseline survey (sebelum program dilaksanakan peserta kegiatan diberikan pertanyaan pre-test terkait pemanfaatan media sosial sebagai medium berwirausaha dan literasi digital) 2. Endline survey (setelah program dilaksanakan peserta kegiatan diberikan pertanyaan pre-test terkait pemanfaatan media sosial sebagai medium berwirausaha dan literasi digital)	Video dokumentasi kegiatan 1. Publikasi pelaksanaan kegiatan melalui media online 2. Publikasi artikel kegiatan

Sumber: Olah Data Penelitian, 2022

berdasarkan data demografi pengguna media sosial di Indonesia (Statista, 2021). Ketercapaian objektif kompetensi yang diharapkan adalah peserta kegiatan yang diharapkan mampu memahami dan mempraktikkan kegiatan bisnis digital melalui pemahaman literasi digital dan kecakapan pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari pemberdayaan generasi muda dalam menciptakan wirausaha sosial. Pelaksanaan kegiatan ini akan dilaksanakan dengan rincian kegiatan dan perangkat penunjang pelaksanaan kegiatan seperti terlihat pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan secara online dan offline. Webinar online diselenggarakan dengan penyampaian materi terkait literasi digital dalam

membangun komunitas produktif di masa perubahan dan disrupsi sosial. Dalam kegiatan ini 36 peserta mahasiswa bergabung secara daring.

1. Pemahaman peserta tentang literasi digital meningkat sebesar 20% setelah diberikan materi tentang pilar literasi digital.
2. Pemahaman peserta tentang kultur digital meningkat 20% setelah diberikan materi tentang pilar literasi digital.
3. Pemahaman peserta tentang kecakapan menggunakan platform media digital meningkat 20% setelah diberikan materi tentang pilar literasi digital.
4. Pemahaman peserta tentang etika bermedia digital meningkat 20% setelah diberikan materi tentang pilar literasi digital.
5. Pemahaman peserta tentang keamanan digital meningkat 30% setelah diberikan materi.

Tabel 2 Participant Pre-Test dan Post-Test Result

Aspect	Question	Pre-Test	Post-Test	Gain
Digital Literacy	1. Saya memahami tentang <i>digital literacy</i>	70%	90%	20%
	2. Salah satu aspek penting dalam <i>digital literacy</i> adalah pengetahuan dasar tentang kultur digital	70%	90%	20%
	3. Salah satu aspek penting dalam <i>digital literacy</i> adalah pengetahuan dasar tentang kecakapan menggunakan platform media digital	70%	90%	20%
	4. Salah satu aspek penting dalam <i>digital literacy</i> adalah pengetahuan dasar tentang pentingnya menerapkan etika bermedia digital	70%	90%	20%
	5. Salah satu aspek penting dalam <i>digital literacy</i> adalah pengetahuan dasar tentang pentingnya keamanan digital	60%	90%	30%
Digital Business	6. Saya memiliki keterampilan wirausaha digital	40%	70%	30%
	7. Saya memahami tentang wirausaha sosial berbasis digital	30%	70%	40%
	8. Saya mampu berwirausaha mandiri dengan memanfaatkan platform media sosial	40%	70%	30%
	9. Saya mampu memanfaatkan media sosial yang saya miliki untuk mencoba mewujudkan ide bisnis	30%	80%	50%
	10. Saya yakin wirausaha digital dapat berdampak pada kesejahteraan masyarakat	50%	80%	30%

Sumber: Olah Data Penelitian, 2022

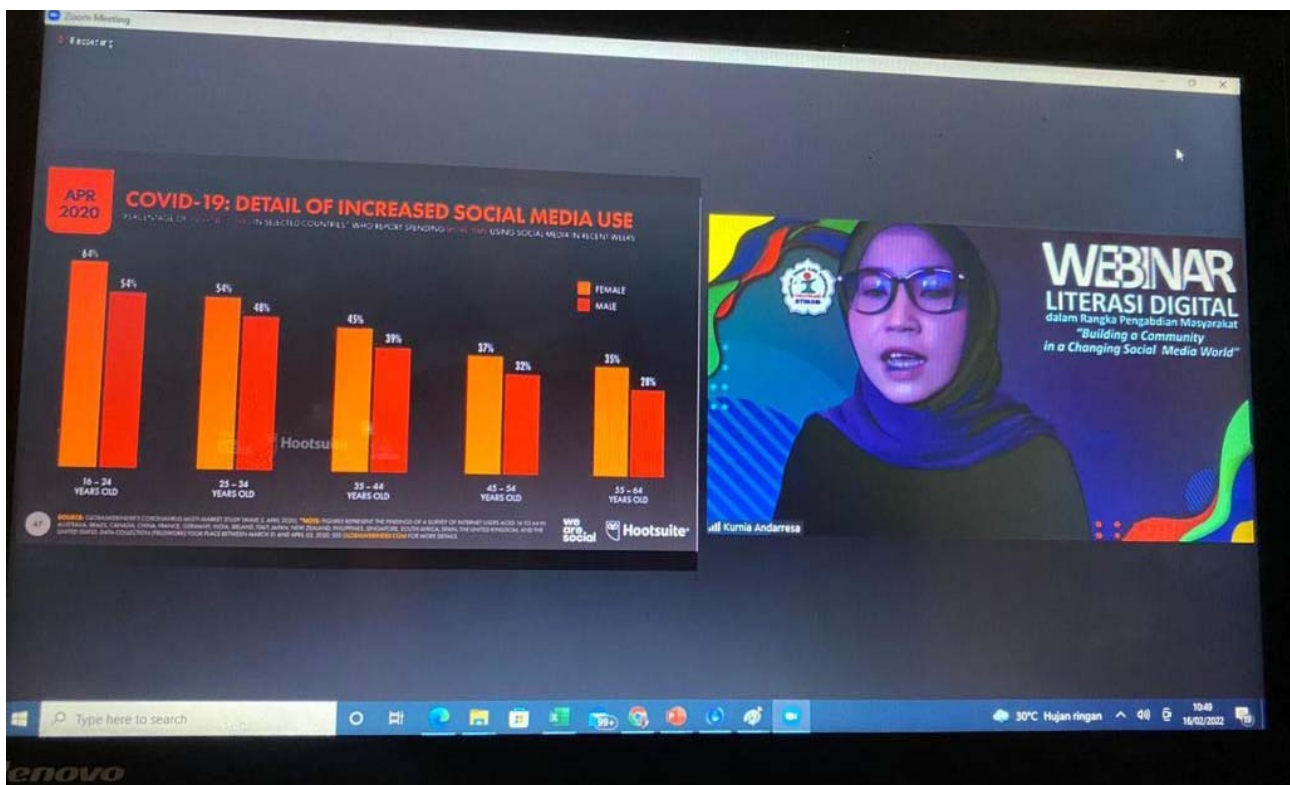
6. tentang pilar literasi digital.
7. Pemahaman peserta tentang keterampilan wirausaha digital meningkat 30% setelah diberikan materi tentang bisnis digital.
8. Pemahaman peserta tentang wirausaha sosial berbasis digital meningkat 40% setelah diberikan
9. materi tentang bisnis digital.
10. Komitmen peseta untuk dapat berwirausaha mandiri dengan memanfaatkan platform media sosial meningkat 30% setelah diberikan materi tentang bisnis digital.
11. Komitmen peseta untuk memanfaatkan media sosial yang dimiliki guna mencoba mewujudkan ide-ide bisnis meningkat 50% setelah diberikan materi tentang bisnis digital.
12. Pemahaman peserta tentang wirausaha digital yang dapat berdampak pada kesejahteraan masyarakat meningkat 30% setelah diberikan materi tentang bisnis digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada peserta kegiatan mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (Stikom) interstudi dan mahasiswa/i Universitas Padadjaran. Studi ini adalah bagian dari pengabdian masyarakat yang diselenggarakan guna memenuhi salah satu syarat Program Doktor Universitas Pelita Harapan.

KESIMPULAN

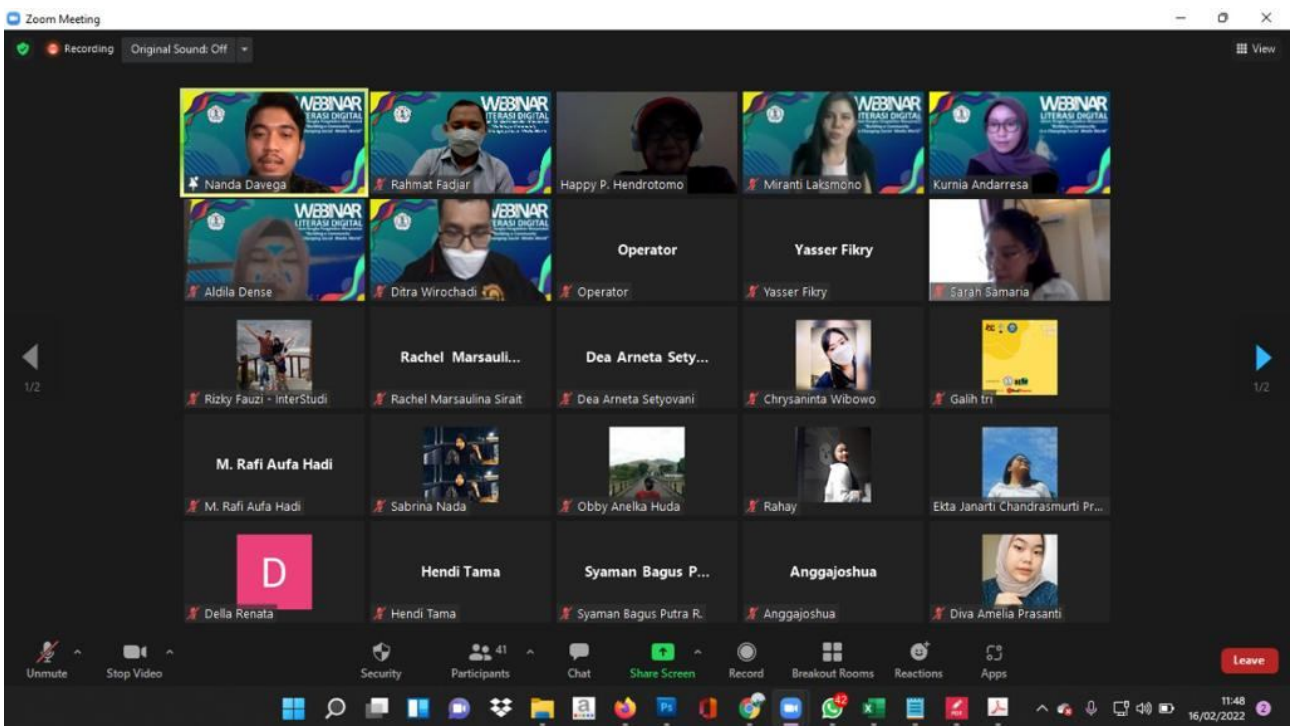
Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital dan wawasan wirausaha digital untuk meningkatkan komitmen kesadaran peran serta generasi muda dalam pemberdayaan wirausaha sosial. Dari hasil pre-test dan post-test dapat diketahui bahwa secara rata-rata pengetahuan dan kecakapan literasi digital peserta meningkat 36% dan komitmen dalam meman-



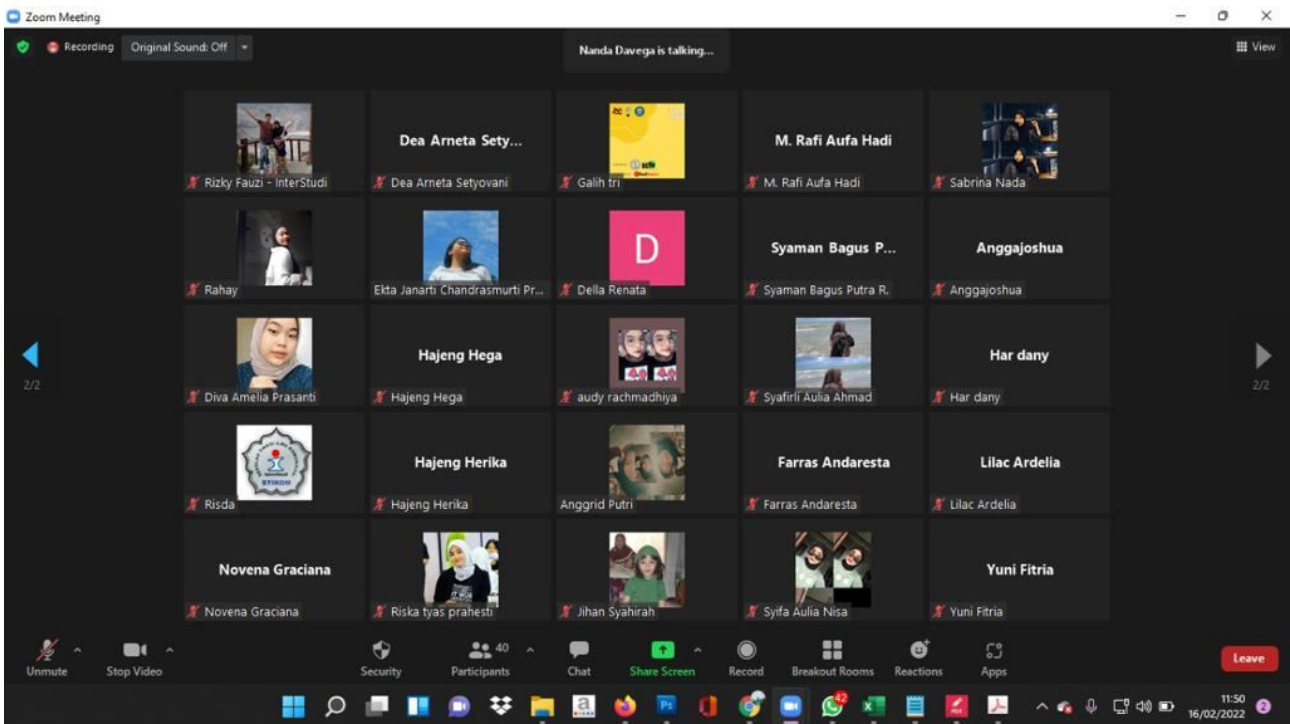
Gambar 1 Paparan Materi Literasi Digital
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2022



Gambar 2 Paparan Materi Literasi Digital
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2022



Gambar 3 Peserta Webinar Literasi Digital
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2022



Gambar 4 Peserta Webinar Literasi Digital
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2022



Gambar 5 Materi Workshop Digital Business
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2022



Gambar 6 Peserta Kegiatan Workshop Digital Business
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2022

faatkan media digital sebagai sarana wirausaha juga meningkat 36%. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi perwujudan peran serta akademisi dan praktisi dalam mempercepat akselerasi transformasi digital guna menyiapkan generasi muda yang memahami kompetensinya sebagai digital dan sociopreneur.

DAFTAR RUJUKAN

- Abraham, Mathew. (2020). *Digital Wallets – Reinforcing the New India?* (March 28, 2020). Studies in Indian Place Names, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3875641>.
- Bartosik-Purgat, M. (2021). “External factors of new media tools’ usage in personal communication across countries”. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 16, No. 8, pp. 1481–1501. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-10-2019-0865>.
- Chafit Ulya, Sarwiji Suwandi, Joko Nurkamto, & Kundharu Saddhono. (2022). Enhancing Sociopreneurship Student Skills in Disabilities Field: A Project Based Learning Approach. *Journal of Positive School Psychology*, 6(10), 523–530.
- Jati Suwito, N. & Zamzani, Z. (2019). *The Importance of Digital Literacy in Social Media for Indonesian Netizen*. 10–14.

- <https://doi.org/10.4108/eai.27-4-2019.2286876>.
- Juditha, C. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pekommas*, 2(1), 99–114.
- Juita, D. & Yusmaridi, Y. (2018). Pengaruh kegiatan kuliah umum terhadap peningkatan pemahaman konsep metodologi penelitian mahasiswa semester 7 Jurusan Tadris Biologi FTIK IAIN Kerinci. *Tarbawi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 14(2), 45–50.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Business Models for the Twenty-first Century. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(2), 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2018-0425>.
- Kovaitė, K., Āmākaris, P., & Stankeviėienė, J. (2020). Digital communication channels in industry 4.0 implementation: The role of internal communication. *Management (Croatia)*, 25(1), 171–191. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.25.1.10>.
- Nguyen, M. H., Gruber, J., Marler, W., Hunsaker, A., Fuchs, J., & Hargittai, E. (2021). Staying connected while physically apart: Digital communication when face-to-face interactions are limited. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820985442>.
- Nur Samsul Bahri, N. S. B., Muhammad Rakib, Muhammad Ihsan Said Ahmad, Rahmatullah, & Muhammad Hasan. (2021). The Influence of Digital Literacy and Entrepreneurial Behavior on Small Business Performance (Study on Culinary Business in Jeneponto Regency). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 1(2), 68–75. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku582>.
- O'reilly, M., Dogra, N., Hughes, J., Reilly, P., George, R., & Whiteman, N. (2019). Potential of social media in promoting mental health in adolescents. *Health Promotion International*, 34(5), 981–991. <https://doi.org/10.1093/heapro/day056>.
- Puspitasari Dewi Cahyani. (2018). Menjadi Sociopreneur Muda: Potret dan Dinamika Momsociopreneur 'Sanggar ASI'. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 76-89.
- Setyawati Sri M., Suliyanto Suliyanto, Rosiana Monica, R. Fauzi Daffa. (2022). The Effect of Digital Literacy on Online Entrepreneurial Intentions: The Moderating Role of Subjective Norms. *International Conference on Sustainable Competitive Advantage*, 42–49.
- Surniandari Artika, Amir, Rachmi Hilda, & Al Kaafi Ahmad. (2018). Social Media sebagai Pendukung Inovasi Sociopreneur di Era Disruptif. *Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)*. ISBN: 978-602-61268-5-6.
- We Are Social. (2021). Digital 2021. *Global Digital Insights*, 103.

