



Pemberdayaan Masyarakat Desa melalui Pelatihan *Social Media Officer* menuju Desa Mandiri di Desa Kalongan Kabupaten Semarang

Abdul Malik^{1✉}, Mintarsih Arbarini², Amin Yusuf³, Ilyas⁴, dan Mu'arifuddin⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 10 September 2021
Disetujui 5 October 2021
Dipublikasikan 9 October 2021

Keywords:
pemberdayaan msyarakat
social media officer
desa mandiri

Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah penyadaran dengan cara melaksanakan FGD; transformasi kemampuan dasar dengan pemberian pelatihan keterampilan *social media officer* dan peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan-keterampilan sehingga terbentuklah pribadi yang inovatif mengantarkan pada kemandirian masyarakat di Desa Kalongan, Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang. Metode pelaksanaan pemberdayaan ini melalui tahapan pemberdayaan masyarakat yaitu penyadaran dengan melaksanakan *focus group discussion* (FGD), transformasi kemampuan dasar dengan pelatihan *social media officer*, dan peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan-keterampilan melalui proses pendampingan berkelanjutan sehingga terbentuklah pribadi yang inovatif hingga mengantarkan pada kemandiria. Hasil dari program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ini adalah sebagai berikut: Antusias peserta terlihat dari kesigapan dan berlangsungnya tanya jawab dengan instruktur serta dengan peserta lain apabila ada masalah dalam praktik. Setelah mengikuti pelatihan peserta memiliki kesadaran akan pentingnya media sosial dalam pengembangan lembaga dan bijak dalam menanggapi unggahan pada media sosial dan memanfaatkan media sosial untuk branding produk masyarakat untuk membentuk kemandirian.

PENDAHULUAN

Pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 85% terhubung ke sosial media facebook group (facebook, instagram, whatsapp messenger) yang merupakan jumlah terbesar. Menurut infografis APJII, sebanyak 65 juta aktif menggunakan facebook setiap hari dan 50% bergabung di grup facebook. Pengguna instagram sebanyak 45 juta setiap hari dan jika dirata-ratakan memposting 2 kali lebih banyak dari global average (APJII, 2017). Kuantitas memposting lebih banyak dari rata-rata dunia (global average) ternyata tidak diimbangi oleh kemampuan literasi digital dari penggunanya. Hal ini terlihat dari data yang dikutip dari Global World Digital Competitiveness Index, bahwa dalam hal literasi digital Indonesia berada di urutan 56 dari 63 negara yang diukur.

Literasi digital adalah kemampuan teknik mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarkan informasi (Ayun, 2021). Kemampuan atau keterampilan ini sangat penting apa-

lagi konteks Indonesia saat ini. Bentuk tanggung jawab warga negara, maka diperlukan pemahaman yang luas tentang teknik bagaimana mengakses, menganalisis, mengevaluasi secara kritis dan memproduksi konten yang lebih mengarah pada perkembangan media baru. Selain itu, dibutuhkan juga kesadaran pengguna untuk melakukan penyeleksian, mengenal dan memberikan respon dan juga berpartisipasi sebagai bagian dari warga negara yang cerdas, kreatif dan juga produktif dalam bermedia (Restianty, 2018). Kemampuan literasi digital merupakan salah satu bidang dari pemberdayaan masyarakat khususnya teknologi. Masyarakat yang berdaya adalah masyarakat yang melek teknologi atau memiliki tingkat literasi digital yang tinggi. Ketidakmampuan literasi digital pada masyarakat Indonesia masih menjadi masalah yang serius. Hal ini terbukti dari apa yang disampaikan oleh Masyarakat anti fitnah Indonesia (Mafindo) yang berkolaborasi dengan cekfakta.com yang menyatakan bahwa jumlah hoaks yang tersebar di Indonesia

✉ Corresponding author
Email : abdul.malik@mail.unnes.ac.id

hingga November 2020 mencapai 2.024. Angka ini melonjak tajam dari tahun sebelumnya (2019) yang mencapai 1.221. Sementara tahun 2018 angkanya belum mencapai 1000, yaitu 997 hoaks. (Kompas.com)

Angka di atas menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital pada masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Apalagi jika kita tarik kemampuan tersebut kepada masyarakat pedesaan. Masyarakat pedesaan yang sebagian besar menggantungkan hidupnya dengan bertani, jauh dari teknologi sulit rasanya untuk mengharapkan mereka memiliki literasi digital yang tinggi. Kehadiran program-program Pemerintah belum mampu mengantarkan mereka ke dalam masyarakat yang berdaya. Program-program pemerintah yang datang silih berganti hanya menempatkan masyarakat sebagai obyek pembangunan bukan sebagai subyek pembangunan. Hal inilah yang membuat program-program tersebut tidak berjalan berkelanjutan karena tidak ada rasa kepemilikan oleh masyarakat setempat. Begitu pun yang terjadi di desa Kalongan. Desa Kalongan merupakan sebuah desa yang berada di kecamatan Ungaran Timur kabupaten Semarang. Desa ini memiliki berbagai potensi baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Potensi sumber daya alam yang paling besar adalah luasnya lahan pertanian dan sebagian besar penduduk menggantungkan hidupnya pada sektor ini. Potensi sumber daya manusia di desa ini cukup tinggi karena sebagian besar jumlah penduduknya merupakan usia produktif yaitu sebesar 78% atau 8.776 orang dari jumlah penduduk 11.209 orang. (desakalongan.com: 2017). Potensi sumber daya manusia ini akan sangat mempengaruhi kemajuan desa Kalongan.

Masa pandemi saat ini membuat mobilitas masyarakat dibatasi dengan berbagai kebijakan, seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), PPKM Mikro oleh pemerintah pusat. Di Jawa Tengah, Gubernur Ganjar Pranowo memberlakukan joko tonggo. Hal tersebut tentu saja membuat mobilitas masyarakat menjadi terbatas. Keterbatasan mobilitas ini di sisi lain merupakan peluang bagi sebagian masyarakat untuk memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya media sosial. Penggunaan media sosial semakin marak merupakan lahan subur untuk berkembangnya bisnis digital. Bisnis digital melalui media sosial ditangkap oleh Kepala Desa Kalongan sebagai peluang sekaligus tantangan membuat desanya maju. Hal ini terungkap saat tim pengabdian dosen melakukan studi pendahuluan dengan mendatangi Kepala Desa

di rumahnya. Secara infrastruktur, Pemerintah Desa telah mengupayakan fasilitas website dan jaringan wifi gratis di balai desa. Namun keluhan yang disampaikan oleh kepala desa, inisiatif dari operator Pemerintah desa yang masih rendah. Karena itu tim pengabdian dosen dari jurusan Pendidikan Luar Sekolah menggagas program pengabdian dengan judul "Pemberdayaan Masyarakat Desa melalui Pelatihan Social Media Officer menuju Desa Mandiri Di Desa Kalongan Kabupaten Semarang".

Sejumlah laporan baru-baru ini memperingatkan tentang transformasi substansial di masa depan pekerjaan, menggambarkan peran teknologi dalam pelacakan cepat 'gangguan digital' dan otomatisasi, memposisikannya sebagai ancaman bagi tenaga kerja profesional dan industri jasa (Kavadias et al., 2016). Sebuah laporan oleh Organisasi Riset Ilmiah dan Industri Persemakmuran (CSIRO) berjudul Tomorrow's Digitally Enabled Workforce, mengidentifikasi pendorong utama perubahan cepat: 'pertumbuhan eksponensial dan/atau tajam dalam daya komputasi, konektivitas perangkat, volume data, dan kecerdasan buatan', 'pengaruh baru-baru ini dari pasar peer-to-peer (P2P) (misalnya Upwork, Freelancer, Kaggle, Task Rabbit), dan kebangkitan ekonomi platform di pasar tenaga kerja global yang ditandai dengan aktivitas kewirausahaan (Hajkowicz et al., 2016). Penggunaan sistem media sosial internal, seperti Slack atau Yammer, untuk manajemen alur kerja dan berbagi informasi di seluruh organisasi besar dapat dianggap sebagai gejala awal dari evolusi ini. Platform media sosial dan peran profesional baru dalam pekerjaan media sosial memainkan peran sentral dalam menentukan dan membentuk kontur organisasi kontemporer. Baik sebagai masalah pengaruh, analitik dan wawasan, pengembangan merek dan komunitas atau manajemen krisis, organisasi berusaha untuk menggunakan media sosial secara lebih efektif dan, pada gilirannya, berperan dalam membentuk kembali lingkungan digital. Artikel ini membahas tentang kerja media sosial, ekologi komunikasi dinamis dan konteks organisasi yang muncul dan dipengaruhinya, serta pencarian keterjangkauan baru yang membentuk gelombang transformasi digital saat ini. Sebagai studi kasus pola dasar dalam industri kreatif baru (Potts & Cunningham, 2008), pekerjaan media sosial mendefinisikan rentang yang lebih luas dari industri media dan pengaturan organisasi daripada lingkup kerja media tradisional yang lebih jelas dan tertutup (Bucher et al., 2013). Pekerjaan media sosial beroperasi di seluruh agensi media, tentu

saja, tetapi juga dalam konteks seperti ritel, perhotelan dan pariwisata, layanan kesehatan, departemen pemerintah dan bahkan pertambangan dan konstruksi, di antara industri lainnya.

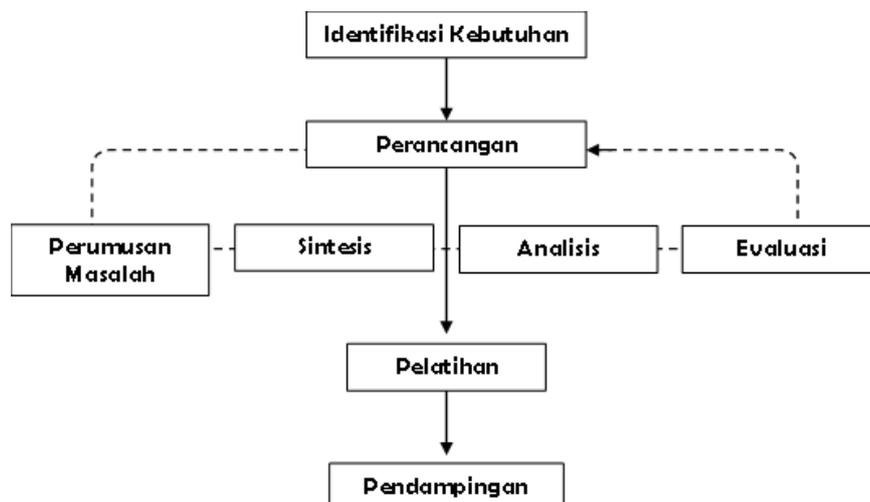
Peneliti media sosial menunjukkan potensi mendasar dari 'kekayaan jaringan' untuk menggunakan frase berpengaruh dari Benkler (2006), dan peluang baru yang terkait dengan jaringan terdistribusi, tenaga kerja digital, informasi, dan pengetahuan. Robertson (2017) membingkai analisisnya tentang industri media sosial seputar sentralitas 'berbagi', dengan cara yang mencoba mendapatkan nilai dasar dari platform media sosial (John, 2013). Ada langkah tambahan yang datang dari pengakuan bahwa pelanggan atau klien perusahaan media sosial adalah bisnis dan organisasi lebih dari pengguna, yang akan lebih baik diposisikan (meskipun bermasalah) sebagai penghasil nilai mentah media sosial dalam bentuk data yang dapat digunakan (Albarran, 2013). Setelah berbagi, datang ekstrak. Melalui ekstraksi data, media sosial menawarkan wawasan dan kecerdasan baru kepada organisasi. Tapi ini melibatkan pergeseran dalam jangkauan keterjangkauan yang dibayangkan (Nagy & Neff, 2015) dari konektivitas itu sendiri menuju wawasan.

Menurut Gibson (2013) first published in 1979, is about how we see: the environment around us (its surfaces, their layout, and their colors and textures tentang keterjangkauan, yang kemudian diadopsi dalam penelitian desain dan interaksi manusia-komputer (HCI), sebagai 'properti relasional' yang melibatkan 'kemungkinan tindakan' yang objek, atau alat seperti media sosial platform, dianggap menawarkan

(Nagy & Neff, 2015). Analisis kualitatif merinci gelombang baru penerapan media sosial untuk organisasi dan perubahan ekologi yang berpusat di sekitar keterjangkauan yang dirasakan dari wawasan data dan manajemen komunitas. Para peserta mengartikulasikan kebutuhan tenaga kerja yang intensif dan memperluas keterampilan yang dibutuhkan untuk memanfaatkan transformasi ini. Media sosial tidak lagi hanya tentang 'bergabung dengan percakapan' untuk organisasi, tetapi melibatkan keterampilan dan praktik manajemen komunitas inti selain kemampuan dalam ekstraksi dan analisis data. Tujuan pengabdian ini adalah penyadaran dengan cara melaksanakan FGD; transformasi kemampuan dasar dengan pemberian pelatihan keterampilan *social media officer* dan peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan-keterampilan sehingga terbentuklah pribadi yang inovatif mengantarkan pada kemandirian masyarakat di Desa Kalongan, Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dengan tujuan adalah: (1) *Exploratory* yaitu untuk mengetahui segala sesuatu tentang lokasi wilayah tertentu menurut masyarakat setempat. *Exploratory* ini digunakan pada saat akan mulai menyusuri lokasi untuk membuat rencana kegiatan atau program, (2) *Topical*, digunakan untuk memperoleh informasi tertentu secara mendalam disesuaikan dengan tujuan team PRA, (3) *Project and Management*, informasi dalam PRA yang digunakan untuk merencanakan dan men-



Gambar 1. Tahapan Pelatihan Ecoprinting berbasis PLA upaya Mewujudkan SDGs

jalankan program bersama dengan masyarakat, (4) *Evaluation and Monitoring*, PRA untuk mengevaluasi dan memonitor perkembangan proyek desa (media sosial). Sedangkan metode yang digunakan. Sedangkan langkah-langkah yang dilakukan dalam pengabdian digambarkan melalui gambar bagan berikut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pelatihan sosial media officer menuju desa mandiri bekerjasama dengan Desa Kalongan Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang. Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu menumbuhkan kesadaran dengan cara melaksanakan FGD; transformasi kemampuan dasar dengan pemberian pelatihan keterampilan social media officer; dan peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan-keeterampilan sehingga terbentuklah pribadi yang inovatif mengantarkan pada kemandirian masyarakat. Pelatihan dengan menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) ini merupakan sebagian kegiatan yang bergerak dalam pendidikan nonformal/pendidikan masyarakat sebagai tempat masyarakat untuk belajar. Tim pengabdian kepada masyarakat PLS FIP Unnes mengadakan pelatihan social media officer di Desa kalongan, Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang. Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah perwakilan pengurus unsur desa meliputi perangkat desa, karang taruna, pokdarwis, dan pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) serta beberapa unsur lain di Desa Kalongan Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang. Pelatihan digelar secara luring di Balai Desa Kalongan Kamis, 16 September 2021. Terselenggaranya pelatihan ini didasarkan bahwa penting dalam upaya pengembangan desa sehingga dapat bersaing di era 4.0 yaitu era digital. Pelatihan ini menghadirkan narasumber bapak Bagus Kisworo, S.Pd., M.Pd. sebagai instruktur pelatihan. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara luring dengan protokol kesehatan yang ketat dan berjalan dengan lancar, hal ini terlihat peserta sangat antusias mulai dari awal diberikannya materi hingga praktik. Pelatihan yang dilaksanakan secara luring ini dilaksanakan dengan jumlah peserta pelatihan sangat terbatas sebab kegiatan dengan tatap muka sangat dibatasi setelah diberhentikannya pemberlakuan program pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) akibat Covid-19.

Rangkaian kegiatan ini diawali dengan sambutan ketua Tim Pengabdian dilanjutkan sambutan dari Kepala Desa Kalongan yang menyambut baik dan mengapresiasi kegiatan pelati-

han social media officer yang diselenggarakan Jurusan PLS FIP UNNES. Tim pengabdian menaruh harapan dari pelatihan social media officer ini dapat menjadi bekal untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan, dan dalam jangka panjang mendapat kesempatan untuk bersaing dan mengembangkan desa menuju kemandirian.



Gambar 2. Sambutan Ketua Pengabdian Dilanjutkan Sambutan Kepala Desa Kalongan

Sebelum pelaksanaan pelatihan diketahui bahwa pengelolaan media sosial dipahami peserta sebatas admin yang menyajikan informasi untuk masyarakat saja tanpa mengetahui tugas pokok dan fungsi dalam pengelolaan media sosial itu sendiri. Peserta juga belum mengetahui bahwa pengelola media sosial merupakan salah satu profesi yang memang harus mempunyai kemampuan, pengetahuan, sikap, keterampilan serta inovasi dalam pengelolaan media sosial yang disebut media sosial officer.

Pada tahap persiapan, tim pengabdian mempersiapkan tempat dan fasilitas berupa meja kursi, jaringan internet, LCD proyektor, dan laptop dan smartphone peserta. Pada tahap pelaksanaan kegiatan yaitu transformasi kemampuan dasar dengan pelatihan *social media officer*, dan peningkatan kemampuan intelektual. Tahapan ini merupakan tahapan peningkatan pengelolaan media sosial diantaranya website, facebook, twitter, instagram, dan youtube.



Gambar 3. Instruktur Menjelaskan Materi Pelatihan

Pada awal materi instruktur memaparkan pemahaman media sosial dan beberapa kebijakan dalam penggunaan media sosial. In-

struktur juga menjelaskan Social Media Officer bertanggung jawab dalam pengelolaan dan interaksi yang terjadi media sosial. Merancang dan melakukan interaksi dengan netizen dengan memberikan konten-konten yang interaktif, menganalisa, melakukan pengujian, mengoptimalkan strategi, dan memantau dengan tujuan membangun kesadaran netizen. Kemampuan yang ditingkatkan melalui pelatihan diantaranya:

- Memperbarui situs media sosial; website, facebook, twitter, instagram, dan youtube
- Menulis blog, artikel dan posting
- Menanggapi posting media sosial dan diskusi yang sedang berkembang
- Memeriksa umpan balik pelanggan secara online mengenai Desa Kalongan
- Mencari posting menarik, berita dan artikel untuk menarik pengunjung situs
- Mengawasi kompetisi dan kampanye yang mempromosikan Desa Kalongan
- Mendidik staf lain tentang penggunaan media sosial
- Mempromosikan penggunaan media sosial di Desa Kalongan
- Mengembangkan strategi untuk meningkatkan sasaran media sosial
- Menggunakan alat media sosial seperti Hootsuite, TweetDeck atau Buffer untuk mengelola beberapa situs sekaligus
- Menggunakan alat pelacak web seperti Google Analytics, Laporan Sosial atau Bitly

Instruktur juga menjelaskan bahwa memanfaatkan media sosial, desa dapat memberikan informasi dengan cepat kepada masyarakat. Selain mendapat informasi, masyarakat dapat memberikan informasi tentang desa sehingga disini melibatkan masyarakat serta pemerintahan desa secara aktif, dalam rangka mempercepat pembangunan dan keterbukaan informasi publik.



Gambar 4. Penjelasan Materi dan Praktik Media Sicoal Officer

Dalam paparannya, Bagus Kisworo, S.Pd., M.Pd menegaskan peran media officer butuh sumber daya manusia yang kompeten dan profesional dalam menguasai teknologi serta memahami dinamika, situasi, dan keadaan desa bukan hanya bisa foto, edit video, dan posting di media sosial. Tindaklanjut dari pengabdian tersebut yaitu terbentuknya group whatsapp dengan nama “Kampus Kalongan” dan akan melaksanakan berbagai pelatihan teknis dalam editing foto dan video menggunakan aplikasi-aplikasi untuk publikasi yang inovatif.

Social media officer bertanggung jawab dalam pengelolaan dan interaksi yang terjadi media sosial. Merancang dan melakukan interaksi dengan netizen dengan memberikan konten-konten yang interaktif, menganalisa, melakukan pengujian, mengoptimalkan strategi, dan memantau dengan tujuan membangun kesadaran netizen. Kegiatan ini relevan dengan pernyataan negri (2004) sebagai aspek kerja immaterial, kerja afektif digambarkan sebagai ‘kerja yang menghasilkan atau memanipulasi pengaruh seperti perasaan nyaman, sejahtera, kepuasan, kegembiraan, atau gairah. Ini memiliki sejarah panjang, sering tidak diakui, dalam pekerjaan industri jasa, terkait erat dengan profesi yang didominasi perempuan. Tuntutan pada tenaga kerja yang berpartisipasi dalam percakapan itu sangat besar, menimbulkan pertanyaan tentang kepercayaan, otonomi, dan sistem manajemen untuk organisasi sebesar ini. Seorang manajer media sosial tunggal dapat mengawasi, memantau, dan membantu memelihara 30 atau 40 halaman facebook lokal yang didistribusikan secara nasional dan melintasi zona waktu yang menekankan pada skala dan lokasi yang bervariasi yang menjadi ciri ekologi media sosial (wilken et al., 2013)but that, equally, due to its scaled nature, the NBN leads to a reconceptualised understanding of media ecologies as operating at three different levels: national, local (at the level of the suburb or town. Pola kerja media sosial ini terkadang tampak tidak berkelanjutan, dan beberapa peserta mencatat pergantian yang tinggi dan stres yang tinggi di bidang pekerjaan ini, yang mencerminkan penyesuaian norma yang sedang berlangsung seputar peran dan praktik perburuhan.

SIMPULAN

Pelatihan pelatihan social media officer menuju desa mandiri bekerjasama dengan Desa Kalongan Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang telah terselenggara pada hari Kamis, 16 September 2021. Antusias peserta ter-

lihat dari kesigapan dan berlangsungnya tanya jawab dengan instruktur serta dengan peserta lain apabila ada masalah dalam praktik. Setelah mengikuti pelatihan peserta memiliki kesadaran akan pentingnya media sosial dalam pengembangan lembaga dan bijak dalam menanggapi unggahan pada media sosial dan memanfaatkan media sosial untuk branding produk masyarakat untuk membentuk kemandirian. Hasil kegiatan pengabdian juga memberikan dampak yang positif baik bagi tim pengabdian kepada masyarakat terutama dalam hal ini mewakili Jurusan PLS FIP UNNES untuk tetap menjaga kerjasama antara Jurusan PLS FIP UNNES dengan pihak Kelurahan Ngijo melalui implementasi pelatihan social media officer.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, A. B. (2013). *The social media industries* (Routledge (ed.)).
- APJII. (2017). *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Ayun, Q. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital dan Keterampilan Kolaborasi Siswa dalam Pembelajaran IPA Kelas VII Secara Daring. *Jurnal Didaktika Pendidikan Dasar*, 5(1), 271–290. <https://doi.org/10.26811/didaktika.v5i1.286>
- Benkler, Y. (2006). The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, 1–515. <https://doi.org/10.2307/20455766>
- Bucher, E., Fieseler, C., & Suphan, A. (2013). The stress potential of social media in the workplace. *Information Communication and Society*, 16(10), 1639–1667. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.710245>
- Gibson, J. J. (2013). The Ecological Approach To Visual Perception. *The Ecological Approach To Visual Perception*, 11(3), 227–235. <https://doi.org/10.4324/9780203767764>
- Hajkowicz, S., Reeson, A., Rudd, L., Bratanova, A., Hodgers, L., Mason, C., Boughen, N., Hodgers, L., Mason, C., Boughen, N., Ihm, D., Ragavan, M., & Cahill, R. (2016). Tomorrow ' S Digitally Enabled. *Csiro, January*.
- John, N. A. (2013). Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword. *New Media and Society*, 15(2), 167–182. <https://doi.org/10.1177/1461444812450684>
- Kavadias, S., Ladas, K., & Loch, C. (2016). The transformative business model. *Harvard Business Review*, 2016(October).
- Nagy, P., & Neff, G. (2015). Imagined Affordance: Reconstructing a Keyword for Communication Theory. *Social Media and Society*, 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115603385>
- Negri, A. (2004). Multitude : guerre et démocratie à l'époque de l'Empire. *Multitudes*, 18(4), 107. <https://doi.org/10.3917/mult.018.0107>
- Potts, J., & Cunningham, S. (2008). Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 233–247. <https://doi.org/10.1080/10286630802281780>
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Jurnal Gunahumas*, 1(1), 72–87. <https://ejournal.upi.edu/index.php/gunahumas/article/view/28380>
- Robertson, D. (2017). Social Media: Communication, Sharing and Visibility by Graham Meikle. *Media Education Journal*, 61, 40–41. <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/front-page/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>
- Wilken, R., Nansen, B., Arnold, M., Kennedy, J., & Gibbs, M. (2013). National, local and household media ecologies: The case of Australia's National Broadband Network. *Communication, Politics, and Culture*, 46(2), 136–154.