Implementasi Program Duta Inovatif Indonesia dalam Peningkatan Literasi Digital Di Media Sosial

Abdulah Alwasili[1], Denih Saputra[2], Mariatul Qibthiyah[3], Dalfa Suroya[4]
[1,2,3,4] Youth Idea Community (YIC) Indonesia
E-mail: abdulahalwasili17@gmail.com

Article History:
Received: 01 Oktober 2024
Revised: 16 Oktober 2024
Accepted: 19 Oktober 2024

Keywords: *Digital Literacy, Social Media, Innovative Ambassador, Implementation.*

Abstract: *This study discusses the implementation of the Innovative Indonesia Ambassador Program (DUTIV), which aims to enhance digital literacy among young people through the creation of educational content on social media. The program provides access to training, mentoring, and assignments based on collaborative self-directed learning, with activities comprising 80% online and 20% offline, involving educational content creation on social media and the execution of social projects during the three-month program. The study employs a descriptive quantitative design to objectively depict the distribution and effectiveness of the program through numerical data. The results show the effectiveness of increasing digital literacy awareness through engagement between organizers, participants, and the audience on social media, particularly among young people. The program has a positive impact on improving participants' digital skills, collaboration, and creativity in producing educational content through a systematic scheme.*

PENDAHULUAN

Literasi digital telah menjadi keterampilan penting bagi individu dan masyarakat global agar tetap relevan diantara percepatan teknologi yang cenderung kilat dan kompleks. Secara umum, literasi digital mencakup kemampuan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi yang tersedia dalam format digital dari berbagai sumber. Dalam ranah pendidikan, literasi digital berperan krusial dalam memperkaya wawasan, mendorong rasa ingin tahu, serta meningkatkan kreativitas peserta didik. Dengan perkembangan teknologi yang kian masif, keterampilan ini semakin dibutuhkan agar individu dapat memilah dan menggunakan informasi yang relevan serta akurat (Naufal, 2021). Menurut Zahra (2023) dalam *Ringkasan Kebijakan* CIPS, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Ditjen Aptika) telah merumuskan indeks literasi digital pada tahun 2020 untuk memetakan tingkat kompetensi digital masyarakat Indonesia. Indeks ini mengukur kemampuan dasar dalam pengetahuan digital dan pengoperasian perangkat teknologi. Hasil survei nasional menunjukkan bahwa indeks literasi digital mengalami peningkatan bertahap setiap tahunnya, meskipun masih terdapat sejumlah kendala dalam pencapaian indikator literasi digital yang ideal. Meski literasi digital semakin relevan di era transformasi digital, Indonesia masih menghadapi tantangan signifikan dalam meningkatkan kompetensi ini, khususnya di kalangan anak muda. Sebagian besar masyarakat Indonesia belum

menyadari pentingnya literasi digital, yang berpotensi menghambat upaya peningkatan kemampuan tersebut. Minimnya kesadaran ini membuat masyarakat, terutama anak muda, kurang aktif dalam mencari informasi yang akurat dan bermanfaat. Selain itu, maraknya penyebaran konten negatif seperti berita bohong (hoaks) dan informasi yang menyesatkan menambah tantangan dalam meningkatkan literasi digital. Kurangnya kemampuan masyarakat untuk memverifikasi informasi secara kritis sering kali menyebabkan mereka mudah terprovokasi oleh informasi yang tidak valid, yang dapat merugikan individu maupun lingkungan sosial. Berdasarkan survei PISA 2019, Indonesia menduduki rangking ke-62 dari 70 negara terkait minat baca, atau hanya sekitar 0,001% penduduk yang aktif membaca (El Afif, 2024). Rendahnya minat baca ini turut berpengaruh pada kesulitan dalam memahami dan mengevaluasi informasi digital. Upaya peningkatan literasi digital dapat dilakukan melalui berbagai bentuk pendidikan, seperti pelatihan dan lokakarya. Salah satu contohnya adalah pelatihan literasi digital yang diselenggarakan di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UINSA, yang meliputi manajemen referensi, pengenalan sumber rujukan, dan pemanfaatan fitur kecerdasan buatan (AI) untuk membantu proses pencarian dan pengelolaan data. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital dapat dikembangkan tidak sebatas pada pendidikan formal saja tetapi juga melalui berbagai sarana berbasis teknologi dan platform media sosial. Sayangnya, banyak Masyarakat terutama anak muda masih menggunakan teknologi hanya untuk kegiatan sederhana seperti mengakses media sosial tanpa memahami potensi penuh yang terdapat pada teknologi tersebut. Kurangnya pengetahuan ini berakibat pada ketidakmampuan dalam menggunakan teknologi secara optimal dan aman, khususnya dalam konteks penggunaan serta pemanfaatan media sosial untuk sesuatu yang edukatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyono (2016) dalam jurnal *Publiciana* membahas bagaimana pertumbuhan teknologi digital dan media sosial seakan menguasai pola perilaku masyarakat Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memperluas ruang interaksi masyarakat, namun juga berpotensi menurunkan frekuensi interaksi langsung dan memunculkan masalah privasi. Dampak positifnya terlihat pada kemudahan akses informasi, sementara dampak negatifnya mencakup kemunculan konflik sosial serta kecanduan terhadap internet. Sementara itu, dalam jurnal *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, Patrisia (2021) mengeksplorasi peran media sosial dalam proses pembangunan nasional. Ia menekankan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menyalurkan aspirasi masyarakat, terlebih pada area yang dilematis untuk diakses oleh media konvensional. Selain itu, penggunaan media sosial secara etis dan bertanggung jawab dipandang penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan nasional.

Media sosial memberikan dampak yang beragam. Di satu sisi, media ini memfasilitasi interaksi dengan lebih banyak orang dan mempercepat penyebaran berita. Tetapi pada sudut yang berlawanan media sosial juga memicu persoalan seperti kecanduan, konflik sosial, dan penurunan kualitas interaksi secara langsung. Perubahan sosial yang muncul bisa berakibat baik maupun kurang baik mengacu pada pengoperasian media sosial dalam kecendrungan para penggunanya. Oleh karena itu, setiap individu perlu berfokus dan berkontribusi dalam menyaring informasi yang diterima. Keterampilan dalam menggunakan media sosial secara bijaksana sangat penting, terutama terkait dengan perlindungan privasi dan keamanan data. Literasi digital tidak terbatas pada keterampilan menerima dan menyampaikan informasi, melainkan akan melibatkan kompetensi dalam mengolah, menciptakan, dan menghasilkan konten edukatif yang dapat mendorong perkembangan intelektual. Dengan demikian, program-program peningkatan literasi digital yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun sektor swasta memainkan peran krusial

dalam mempersiapkan masyarakat, khususnya anak muda, agar siap menghadapi perkembangan teknologi digital pada situasi modern ini.

Implementasi Program Duta Inovatif Indonesia (DUTIV) dirancang sebagai inisiatif yang memberikan ruang bagi anak muda untuk berkolaborasi dan berinovasi melalui pembuatan konten edukatif di media sosial dan pelaksanaan sosial project dengan memberikan akses pelatihan, bimbingan, dan penugasan yang berbasis pembelajaran mandiri kolaboratif selama tiga bulan pelaksanaan program. Implementasi merupakan tahap krusial dalam menjalankan kebijakan, sistem, atau inovasi. Pada tahap ini, implementas tidak hanya sebatas kegiatan, tetapi juga mencakup perencanaan yang terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu. Secara umum, Implementas dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan atau kegiatan yang dilakukan setelah suatu kebijakan diputuskan. Usman (2002) menjelaskan bahwa implementas melibatkan penyesuaian antara tujuan dan langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapainya, serta membutuhkan jaringan pelaksana dan birokrasi yang berfungsi secara efektif. Oleh karena itu, implementas ini berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi edukatif terkait teknologi dan literasi digital kepada masyarakat luas terutama anak muda sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi secara bijak. Tantangan utama saat ini adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya anak muda. Meskipun teknologi semakin mudah diakses, masih banyak individu yang belum sepenuhnya memahami cara penggunaannya dengan baik. Hal ini tercermin dari fenomena seperti *cyberbullying*, hoaks, dan kurangnya kesadaran akan pentingnya menjaga privasi *online.*

Diperlukan aksi nyata dari pemerintah, institusi pendidikan, dan komunitas swasta seperti melalui Program Duta Inovatif Indonesia untuk meningkatkan kesadaran dan kecakapan digital secara berkelanjutan dan sistematis. Program ini bertujuan menjadi wadah pengembangan literasi digital di media sosial dengan fokus pada anak muda atau generasi Z sebagai sasaran utamanya. Program ini diharapkan dapat menghasilkan alumni-alumni dari Program Duta Inovatif Indonesia yang memiliki semangat untuk dapat: berinovasi secara mandiri, terbiasa berkolaborasi dan mempunyai koneksi yang luas serta memiliki minat dan semangat belajar yang tinggi. Program Duta Inovatif Indonesia menyediakan platform edukatif yang interaktif dan mudah dipahami sehingga dapat membantu peserta dalam meningkatkan keterampilan teknologi. Program ini juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung peningkatan kesadaran mengenai pentingnya kecakapan bermedia sosial serta keterampilan dalam pembuatan konten digital, sekaligus mendorong tumbuhnya kecakapan literasi digital secara lebih mendalam. Pelaksanaan program dilakukan melalui serangkaian aktivitas dan kegitan yang sistematis, hasil implementasinya akan dianalisis melalui penelitian ini dengan judul "Implementasi Program Duta Inovatif Indonesia Dalam Peningkatan Literasi Digital Di Media Sosial."

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan desain atau metode kuantitatif deskriptif. karena fokusnya untuk memahami, mendeskripsikan dan menggambarkan secara objektif melalui angka megenai bagaimana program Duta Inovatif Indonesia di implementasikan dalam upaya meningkatkan literasi digital di media sosial berikut dengan sebaran dan jangkauan program. Menurut Sugiyono (2016 :7) Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan suatu desaian penelitian yang bermaksud untuk mengilustrasikan atau mendeskripsikan sebuah fenomena, peristiwa, atau kondisi dengan sistematis juga faktual. Desain ini berlandaskan kepada filsafat positivisme serta menggunakan data berupa angka untuk menggambarkan hasil yang diteliti. Destinasi elementer dari penelitian

kuantitatif deskriptif yaitu guna membagikan sketsa yang terbuka serta eksplisit mengenai suatu kondisi, peristiwa, atau objek yang ada dengan lebih menekankan pada makna, proses, serta pengalaman objektif dari konseptor, pelaksana dan peserta program. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan berfokus mendalami secara intensif mengenai implementasi Program Duta Inovatif Indonesia terhadap peningkatan literasi digital di media sosial, penelitian ini juga diharapkan agar mampu menjadi sumber referensi pertama yang membahas mengenai Program Duta Inovatif Indonesia sehingga hasilnya berguna untuk penelitian selanjutnya maupun bagi penelitian-penelitian dengan konteks yang serumpun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perolehan hasil atau *outturn* pada penelitian ini akan mendeskripsikan temuan yang berfokus pada jawaban atas pertanyaan atau *inquire* dalam penelitian, yaitu bagaimana implementasi Program Duta Inovatif Indonesia (DUTIV) terhadap peningkatan literasi digital di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan sehingga menjadi sumber referensi pertama serta bahan rujukan bagi penelitian-penelitian dengan konteks yang serumpun di masa mendatang. Temuan dan pembahasan dalam penelitian ini didasarkan pada hasil analisi media sosial, catatan, rekaman, dan dokumen yang disusun oleh inisiator sekaligus konseptor program Duta Inovatif Indonesia sejak awal pendirian hingga pelaksanaannya.

Dalam konteks hasil, pada bagian ini inisiator Program Duta Inovatif Indonesia mengidentifikasi tantangan dalam menjaga konsistensi dan memperluas jangkauan audiens selama berlangsungnya aktivitas pada masa penugasan Duta Inovatif Indonesia melalui tugas-tugas yang dijalankan oleh para duta. Sebagai respons, strategi adaptif diterapkan dengan mengikuti dan memanfaatkan setiap *tren* terbaru di media sosial agar pesan literasi digital tetap bisa disampaikan secara relevan dan menarik, menciptakan *culture dreams* yang diterapakan ke berbagai aspek program serta menyusun korelasi jangka panjang dalam bentuk RTL (rencana tindak lanjut) melalui pembuatan *Goals* untuk program ini. Hal demikian membantu menjaga konsistensi serta keberlanjutan tugas para duta secara menyeluruh. Program ini menunjukkan keberhasilan dengan peningkatan keterlibatan pengguna atau audiens, terlihat dari data terkait masa penugasan para duta yang diiringi dengan peningkatan jangkauan, jumlah pengikut, interaksi, dan respons pada setiap konten yang dipublikasikan di berbagai platform media sosial yang dimiliki.

Dari perspektif inisiator, keberhasilan program tidak hanya diukur dari peningkatan jumlah pengikut, tetapi juga melalui dampak jangka panjang berupa peningkatan kesadaran pengguna khususnya di platform Instagram terkait dengan pentingnya literasi digital, kemampuan memilah informasi, serta perilaku etis di media sosial. Dengan pendekatan yang inovatif dan fleksibel, program ini dinilai efektif dalam menghadapi tantangan serta dinamika media sosial, juga dapat menjadi model kampanye literasi digital bagi program-program lain yang memiliki strategi yang sama dalam peningkatan literasi digital di platform media sosial.

Penyelenggara Program Duta Inovatif Indonesia

Duta Inovatif Indonesia merupakan dedikasi program yang didirikan oleh Youth Idea Community (YIC) Indonesia, adalah organisasi kepemudaan serta platform untuk belajar dan menjalin kekeluargaan sesama anak muda Indonesia dalam rangka menumbuhkan minat untuk berinovasi dan berkolaborasi melalui setiap event maupun kegiatan yang diselenggarakan dengan meliputi aspek pendidikan, sosial, pengetahuan umum, serta peningkatan literasi dengan skala

nasional dan open se Indonesia. YIC Indonesia sebagai organisasi kepemudaan swasta dengan prinsip independen, aktif dan non partai politik. Program Duta Inovatif Indonesia sebagai salah satu program unggulana dari YIC Indonesia, diluncurkan sebagai inisiatif untuk memperkuat literasi digital khususnya di kalangan anak muda, selaras dengan empat aspek visi dan misi oleh YIC Indonesia yaitu dapat merealisasikan ketercapaian dalam pelaksanaan kampanye digital melalui bidang pendidikan, sosial, pengetahuan umum dan peningkatan literasi. Program Duta Inovatif Indonesia memberikan akses pelatihan, bimbingan, dan penugasan yang berbasis pembelajaran mandiri kolaboratif dengan komposisi aktivitas 80% daring dan 20% luring dalam bentuk pembuatan konten edukatif di media sosial dan pelaksanaan sosial project. Melalui desain aktivitas yang sistematis, pada program ini anak muda diharapkan dapat mengembangkan keterampilan digital secara optimal. Berdasarkan informasi dari YIC Indonesia, hingga September 2024 program Duta Inovatif Indonesia telah menghasilkan 169 alumni dengan usia antara 13 hingga 25 tahun. Sejak pertama kali diselenggarakan pada penghujung tahun 2023, antusiasme peserta terus mengalami peningkatan yang signifikan. Total lebih dari 2.000 peserta yang berasal dari lebih 70 kabupaten/kota, 150 lembaga atau instansi, serta 33 provinsi di seluruh Indonesia telah berpartisipasi dengan mendaftarkan dirinya pada program ini.

Skema Pemilihan Duta Inovatif Indonesia

a. Metode Seleksi

Metode merujuk pada cara atau teknik yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks ini, metode merupakan bagian penting yang menjelaskan bagaimana skema seleksi dilakukan, termasuk langkah, model maupun sebaran. Menurut Yullyanti, (2011) Seleksi adalah proses pengumpulan dan evaluasi informasi terkini dan akurat tentang individu yang memperoleh tawaran, ini termasuk langkah-langkah spesifik untuk memutuskan mana yang akan diterima dan mana yang akan ditolak. Pemilihan Duta Inovatif Indonesia diatur melalui metode dan sistem seleksi yang diselenggrakan dengan skala nasional dan open se Indonesia wajib memenuhi syarat dan ketentuan umum seperti laki-laki atau perempuan dengan rerata usia peserta antara 13 hingga 25 tahun, tertarik terhadap isu seputar pendidikan, pengetahuan umum, sosial dan peningkatan literasi, program ini tidak ada batasan minimal pendidikan (selagi telah masuk pada kriteria usia), terbiasa dalam membuat content digital/video editing dan atau berminat untuk mempelajarinya, serta siap berkomitmen untuk tidak mengundurkan diri selama masa penugasan. Setelah memenuhi syarat dan ketentuan umum, setiap peserta juga diharuskan untuk mengikuti dan lolos pada item seleksi yang diselenggarakan degan meliputi tahapan wawancara, penugasan mandiri atau unggah karya, voting instagram, serta penelusuran sosial media. Nantinya, setelah melalui berbagai tahapan seleksi maka peserta akan dinyatakan lolos terpilih dengan ketentuan bahwa nilai akumulasi pada seluruh item seleksi yang telah di ikutinya harus memenuhi standar nilai ambang batas yang telah ditentukan, adapun bagi yang tidak memenuhi nilai ambang batas maka dinyatakan gugur saat itu juga.

b. Model Penugasan dan Pembelajaran

Model penugasan adalah sebuah strategi pembelajaran yang digunakan untuk meningkatkan efektivitas dalam distribusi tugas-tugas kepada individu atau tim. Strategi ini biasanya digunakan dalam konteks industri maupun pendidikan. Menurut Liana (2024) model penugasan adalah sebuah metode khusus dari linear programming yang digunakan untuk mencari penugasan yang paling efisien untuk menentukan suatu pekerjaan. Adapun, pelaksanaan masa penugasan Program Duta Inovatif Indonesia memiliki model penugasan

dan pembelajarannya tersendiri yang bersifat original serta khas dengan hanya tersedia pada Program Duta Inovatif Indonesia, model penugasan ini dikenal dengan istilah *Zenius Learning*. Adapun *Zenius Learning* merupakan model penugasan dengan berbasis pembelajaran mandiri Kolaboratif yang memadukan aktivitas 80% penugasan daring serta 20% penugasan luring, dimana pelaksanaan aktivitasnya meliputi: training/pembekalan, penugasan mandiri (PM), daily content (aktivitas karya) dan sosial project (final assigenment).

c. Presentase dan Sebaran Pendaftar

Berdasarkan data dari YIC Indonesia, perkembangan jumlah pendaftar dan peserta terpilih dalam program Duta Inovatif Indonesia (DUTIV) untuk periode September 2023 hingga November 2024, memiliki intensitas yang sangat ketat serta mengalam peningkatan pada setiap periode pembukaan pendaftarannya. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pendaftar tertinggi yang terjadi pada periode Desember 2023 hingga Februari 2024 dengan 597 pendaftar. Pendaftar terendah tercatat pada periode September hingga November 2023 denga 192 pendaftar. Rata-rata jumlah pendaftar setiap periode adalah sekitar 457 orang. Adapun Jumlah peserta lolos tertinggi berada pada periode Juni hingga Agustus 2024 dan September hingga November 2024, dengan masing-masing 45 orang terpilih. Persentase rata-rata kelulusan peserta dari total pendaftar berkisar 8,6% dengan cakupan peserta berasal dari berbagai provinsi di Indonesia, jumlah provinsi terbanyak (33 Provinsi) pada periode Juni hingga Agustus 2024 sedangkan jumlah provinsi terendah (15 Provinsi) terjadi pada periode pertama, yaitu September hingga November 2023. Secara keseluruhan, program ini mengalami peningkatan pendaftar dan peserta lolos setiap periodenya, dengan dominasi peserta laki-laki (17,8%) dan peserta perempuan (82,2%) termasuk sebaran perwakilan provinsi yang semakin meluas, khususnya mendekati penghujung tahun 2024. Data ini akan mengalami perubahan secara dinamis dan berkala seiring dengan perkembangan dan penyelenggaraan program pada waktu-waktu mendatang.

Skema Penugasan Duta Inovatif Indonesia

Duta Inovatif Indonesia terpilih melaksanakan masa penugasan melalui pelaksanaan 80% aktivitas daring dengan membuat konten digital edukatif untuk kampanye di platform media sosial serta akan berlangsung selama tiga bulan. Adapun misi wajib dalam pembuatan ‘konten digital’ ini terbagi kedalam 4 Program Utama Duta Inovatif Indonesia yaitu: inovatif berliterasi, inovatif sosial media, inovatif digital campaign, dan inovatif jurnalistik. Selain melaksanakan aktivitas daring, Duta Inovatif Indonesia terpilih juga akan melaksanakan 20% aktivitas secara luring. Penugasan luring dilaksanakan menjelang periode akhir masa penugasan dalam bentuk aktivitas Sosial Projects sebagai 1 Program Wajib Duta Inovatif Indonesia (*final assigenment*). Penugasan luring dilaksanakan di lingkungan masing-masing Duta Inovatif Indonesia terpilih (tidak mobilisasi ke Provinsi/daerah lain).

a. Inovatif Berliterasi

Duta Inovatif Indonesia yang tergabung pada tim/kelompok Program inovatif berliterasi akan aktif berinovasi serta berkolaborasi dalam pembuatan konten digital edukatif untuk kebutuhan postingan pada platform instagram *@literasi.inovatif*. Misi wajib yang harus dilaksananakn yaitu dapat membuat serta mempublikasikan berbagai konten digital literasi kreatif dengan meliputi pembuatan konten *reels* literasi campaign, *reels* literasi *trending*, dan *reels* literasi slide video.

b. Inovatif Sosial Media

Duta Inovatif Indonesia yang tergabung pada tim/kelompok Program inovatif sosial

media akan aktif berinovasi serta berkolaborasi dalam pembuatan konten digital edukatif untuk kebutuhan postingan pada platform instagram *@dutainovatif.indonesia*. Misi wajib yang harus dilaksanakan yaitu dapat membuat serta dapat mempublikasikan berbagai konten digital instagram kreatif dengan meliputi pembuatan konten *reels* video campaign, *reels* video *trending*, dan digital slide video.

c. Inovatif Digital Campaign

Duta Inovatif Indonesia yang tergabung pada tim/kelompok Program inovatif digital campaign akan aktif berinovasi serta berkolaborasi dalam pembuatan konten digital edukatif untuk kebutuhan postingan pada platform TikTok *@dutainovatif.indonesia*. Misi wajib yang harus dilaksanakan yaitu dapat membuat serta dapat mempublikasikan berbagai konten digital campaign kreatif dengan meliputi pembuatan konten tiktok video campaign, tiktok video *trending,* dan tiktok slide video.

d. Inovatif Jurnalistik

Duta Inovatif Indonesia yang tergabung pada tim/kelompok Program inovatif jurnalistik akan aktif berinovasi serta berkolaborasi dalam Pembuatan Majalah Inspiratif dan pengelolaan chanel *Podcast* edukatif untuk kebutuhan konten pada platform *Spotify @Duta Inovatif Indonesia*. Misi wajib yang harus dilaksanakan yaitu dapat membuat serta dapat mempublikasikan berbagai konten digital jurnalistik kreatif dengan meliputi pembuatan konten untuk *podcast* umum, *podcast* inspiratif dan majalah inspiratif.

e. Sosial Project

Sosial Project sebagai 1 program wajib Duta Inovatif Indonesia (*final assigenment*). Penugasan luring ini dilaksanakan di lingkungan masing-masing Duta terpilih (tidak mobilisasi ke Provinsi/daerah lain), kegiatan Sosial project merupakan salah satu rangkaian masa penugasan Duta Inovatif Indonesia yang wajib dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat umum. Sosial Project dapat dilaksanakan baik dalam bentuk sosialisasi, *talk show,* seminar, pengabdian, pelatihan maupun aktivitas/kegiatan lain yang sejenis. Adapun teknis Pelaporan hasil Sosial Project dibuat dan dikumpulkan dalam dua Jenis, yaitu: laporan tertulis dan video dokumentasi. Secara umum hasil dari sosial project akan menjadi pertimbangan akhir setiap Duta Inovatif Indonesia terpilih agar dapat lulus menjadi alumni Program serta mendapat gelar kehormatan (*non*-akademik) sebagai alumni Program Duta Inovatif Indonesia.

Lebih lanjut, aktivitas atau masa penugasan Program Duta Inovatif Indonesia (DUTIV) tidak hanya di ikuti dalam bentuk pelaksanaan 4 Program utama dan 1 Program wajib, tetapi juga diselenggarakan dengan pendampingan aktivitas tambahan berupa *Training Class Program* dan Penugasan Mandiri (PM) secara terstruktur. *Training Class Program* diselenggarakan 5 kali agenda pelaksanaan, dengan meliputi pematerian yang mencakup: How About Program Duta Inovatif Indonesia, Menjadi *Podcaster*, Menjadi *Content Creator*, *Peronal Branding* serta *Public Speaking*. Penugasan Mandiri (PM) diselenggarakan 5 kali agenda pelaksanaan, dengan meliputi pembuatan dan unggah karya mandiri, yang mencakup: Pembuatan Video siap bertugas, Membuat Slide Pictures tentang *Personal Branding,* Membuat Video Reels tentang Keunikan Daerah, Membuat Slide Pictures tentang Tokoh Inspiratif, serta Membuat Video Reels tentang 'Di masa Depan, aku akan menjadi?'. Pelaksanaan 4 Program utama, 1 Program wajib dan pelaksanaan berbagai aktivitas tambahan, dalam implementasinya juga difasilitasi serta dilakukan monitoring secara komprehensif oleh keberadaan Fasilitator program, kalender aktivitas, kalender konten serta panduan program dan absensi berkala. Sehingga memastikan bahwa seluruh

aktivitas atau masa penugasan dalam rangka implementasi program Duta Inovatif Indonesia dalam peningkatan literasi digital di media sosial berjalan dengan baik dan tepat guna.

Peningkatan Litersi Digital melalui Aktivitas Duta Inovatif Indonesia

a. Melalui Program Inovatif Berliterasi

Jangkauan dan sebaran program inovatif berliterasi dalam masa penugasan Duta Inovatif Indonesia melalui platform instagram hingga Oktober 2024, dengan interpretasi statistik dari masing-masing kategori mencakup total pengikut akun Instagram ini mencapai 3.688 pengikut, ini menggambarkan audiens aktif dan pasif yang terhubung dengan akun program inovatif berliterasi. Akun telah mengunggah 753 postingan selama masa penugasan. Tingginya jumlah postingan menunjukkan konsistensi dalam menyebarkan konten yang relevan dan upaya aktif dalam meningkatkan literasi digital. Konten atau unggahan dengan views tertinggi (konten terpopuler) mencapai 4.327 view, ini merefleksikan konten dengan daya tarik tertinggi, mungkin karena topik yang menarik atau waktu unggahan yang strategis. Konten dengan *engagement* tertinggi memperoleh 213 like dengan rasio interaksi ini relatif baik untuk akun dengan 3.688 follower, yaitu mencapai rasio 5,77% (213/3.688 × 100). Hal ini menunjukkan adanya minat dan keterlibatan audiens. Mayoritas Negara Audiens mencapai 99,4% dengan audiens berasal dari Indonesia. Artinya, hampir seluruh target program ini efektif menjangkau masyarakat Indonesia, sejalan dengan tujuan program literasi nasional. Mayoritas Daerah Audiens mencapai 12,4% audiens yang berasal dari Jakarta, ini bisa menjadi indikasi bahwa program tersebut mendapat perhatian lebih besar di wilayah ibu kota, yang mungkin terkait dengan faktor infrastruktur digital dan tingkat literasi yang lebih tinggi. Mayoritas Usia Audiens berada pada angka 64,3% dengan rerata usia audiens berusia 18 hingga 24 tahun, hal ini menegaskan bahwa program ini berhasil menjangkau kelompok usia muda, yang merupakan target utama untuk peningkatan literasi digital.

*Analisis Statistik dan Presentase, *Engagement Rate* (tingkat interaksi):
Engagement rate dihitung dari jumlah like tertinggi dibandingkan dengan total pengikut, yaitu:

$$\text{Engagement Rate} = \frac{213}{3.688} \times 100 = 5,77\%$$

Ini merupakan angka yang cukup baik untuk akun dengan skala pengikut sedang (Sumber utama: *Instagram @literasi.inovatif*).

b. Melalui Program Inovatif Sosial Media

Jangkauan dan sebaran program inovatif sosial media dalam masa penugasan Duta Inovatif Indonesia melalui platform instagram hingga Oktober 2024, dengan interpretasi statistik dari masing-masing kategori mencakup total 19.475 pengikut. Ini menunjukkan audiens yang cukup signifikan untuk mendukung kegiatan promosi dalam program literasi digital. Jumlah ini menjadi dasar potensial bagi penyebaran pesan-pesan kampanye terkait inovasi dan literasi digital. Total konten yang telah diunggah mencapai 1.222 konten. Dengan banyaknya konten, program ini konsisten memproduksi informasi dan aktivitas untuk menarik audiens serta meningkatkan keterlibatan pengguna di media sosial. Salah satu konten mencapai 1.625.012 views, yang menunjukkan besarnya jangkauan program. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam menyampaikan pesan kepada audiens secara luas. Konten dengan keterlibatan tertinggi berhasil memperoleh 20.444 likes. Ini menunjukkan adanya

ketertarikan dan apresiasi dari audiens terhadap konten yang disajikan, dan menjadi indikasi positif bahwa kampanye ini diterima dengan baik. Sebanyak 99,5% pengikut berasal dari Indonesia, menunjukkan bahwa program ini sangat relevan dan memiliki dampak di pasar lokal. Tingginya persentase ini memperkuat fokus utama program untuk meningkatkan literasi digital di Indonesia. Mayoritas pengikut berasal dari Jakarta (10,7%), yang merupakan pusat ekonomi dan sosial di Indonesia. Ini bisa mengindikasikan bahwa kota besar seperti Jakarta memiliki minat tinggi terhadap program inovatif yang disajikan. Sebagian besar pengikut berada dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun (64,7%). Ini menunjukkan bahwa target utama program telah tercapai, mengingat rentang usia ini merupakan pengguna aktif media sosial dan target strategis untuk peningkatan literasi digital.
*Analisis Statistik dan Interpretasi Data
Distribusi Pengikut: Dengan 99,5% pengikut berasal dari Indonesia, program ini memiliki relevansi kuat di dalam negeri. Jakarta sebagai wilayah terbesar dengan 10,7% dari total pengikut menunjukkan adanya potensi fokus kampanye lebih lanjut di ibu kota.
Keterlibatan Audiens (*Engagement Rate*), menggunakan rumus sederhana:

$$\text{Engagement Rate} = \frac{\text{Like Tertinggi}}{\text{Jumlah Pengikut}} \times 100$$

$$\text{Engagement Rate} = \frac{20.444}{19.475} \times 100 \approx 105\%$$

Nilai ini cukup tinggi karena satu konten bisa mendapatkan interaksi tidak hanya dari pengikut tetap, tetapi juga dari pengguna lain di luar pengikut (melalui algoritma Instagram seperti *explore*). Dengan mayoritas audiens berusia 18 hingga 24 tahun (64,7%), ini menunjukkan bahwa program berhasil menjangkau segmen muda. Artinya, konten yang diproduksi relevan dengan tren dan kebutuhan pengguna muda. Dengan total 1.222 konten, ini menunjukkan bahwa dalam setiap fase program, rata-rata terdapat konten yang terus diperbarui. Konsistensi ini sangat penting untuk menjaga keterlibatan audiens dan meningkatkan kesadaran (*awareness*) terhadap literasi digital (Sumber utama: *Instagram @dutainovatif.indonesia*).

c. *Melalui Program Inovatif Digital Campaign*

Jangkauan dan sebaran program inovatif digital campaign dalam masa penugasan Duta Inovatif Indonesia melalui platform *TikTok* hingga Oktober 2024, dengan interpretasi statistik dari masing-masing kategori mencakup 2.007 total pengikut yang mengikuti program ini di platform TikTok, jumlah ini menunjukkan bahwa kampanye memiliki basis pengikut yang cukup besar, meskipun tidak sangat masif. Untuk ukuran akun yang mungkin baru atau khusus, angka ini bisa dianggap sebagai awal yang baik untuk membangun keterlibatan lebih lanjut. Kampanye ini telah mengunggah 708 konten, dengan jumlah konten sebanyak ini, terlihat bahwa kampanye sangat aktif di TikTok. Hal ini menunjukkan adanya usaha yang konsisten untuk menjaga engagement dengan followers dan audiens yang lebih luas. Konten dengan views tertinggi mencapai 7.558 tayangan, konten yang berhasil mendapatkan 7.558 views ini menunjukkan bahwa ada minat atau ketertarikan dari audiens terhadap topik atau pesan yang disampaikan pada konten tertentu. Presentase *engagement rate* views terhadap jumlah pengikut adalah:

$$\text{Views tertinggi} = \left(\frac{7558}{2007}\right) \times 100 = 376.5\%$$

Artinya, ada potensi viralitas yang besar pada konten tersebut, karena jumlah tayangan jauh melebihi jumlah pengikut, yang mungkin disebabkan oleh jangkauan organik melalui algoritma TikTok. Konten dengan likes tertinggi memiliki 654 likes dengan total keseluruhan 11.721 Likes. jumlah like ini menunjukkan tingkat *engagement* dari audiens. Perbandingan antara jumlah like dengan jumlah views pada konten tersebut memberikan rasio:

$$\text{Rasio Like/Tayangan} = \left(\frac{654}{7558}\right) \times 100 = 8.65\%$$

Artinya, sekitar 8,65% dari audiens yang menonton konten tersebut memberikan like, yang menandakan tingkat keterlibatan yang cukup baik. Sebanyak 98,9% dari audiens berasal dari Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa program ini berhasil mencapai target audiens yang sesuai, yaitu penduduk Indonesia. Persentase ini juga memperkuat fokus kampanye yang lebih lokal atau nasional.25,8% dari audiens berasal dari Jakarta, sebagai ibukota dan pusat bisnis memiliki proporsi yang besar dalam jangkauan kampanye ini. Ini dapat diinterpretasikan bahwa pengguna TikTok dari kota metropolitan ini memberikan perhatian yang signifikan terhadap kampanye yang dijalankan, yang mungkin berkaitan dengan faktor urbanisasi dan akses teknologi. Sebagian besar audiens, yaitu 70,6% berusia antara 18 hingga 24 tahun, usia mayoritas ini sesuai dengan demografi utama pengguna TikTok, yang didominasi oleh generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa konten dan pesan dari kampanye ini relevan dan menarik bagi kelompok usia milenial dan generasi Z, yang merupakan target ideal untuk platform media sosial ini. Secara keseluruhan, kampanye digital melalui TikTok ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam menjangkau audiens lokal di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda. Jumlah konten yang diunggah dan jumlah tayangan serta like yang didapatkan menunjukkan *engagement* yang positif, terutama dengan rasio tayangan yang jauh melebihi jumlah pengikut. Dengan mayoritas audiens dari Jakarta dan demografi usia 18 hingga 24 tahun, kampanye ini berhasil menargetkan kelompok yang relevan dalam platform TikTok (Sumber utama: *TikTok @dutainovatif.indonesia*).

d. Melalui Program Inovatif Jurnalistik

Jangkauan dan sebaran program inovatif digital campaign dalam masa penugasan Duta Inovatif Indonesia melalui platform *Spotify* dan *IG Story* hingga Oktober 2024, dengan interpretasi statistik dari masing-masing kategori mencakup total 161 pengikut dengan 48.613 impresi dalam 30 hari. Ini menunjukkan jumlah audiens yang berlangganan atau mengikuti program tersebut. Dalam konteks distribusi media digital, jumlah pengikut merupakan indikator penting untuk menilai jangkauan awal konten kepada audiens tetap. Total 502 konten telah diunggah selama masa program ini berjalan. Ini meliputi semua episode atau segmen yang diterbitkan di platform Spotify, menunjukkan konsistensi dan produktivitas dalam penyediaan konten. Konten yang tersedia telah diputar sebanyak 2.041 kali. Ini menggambarkan tingkat keterlibatan audiens yang mengonsumsi konten yang telah diproduksi.

Rasio antara jumlah konten dan total pemutaran adalah 4,06 kali per konten. Artinya, setiap konten, rata-rata, diputar lebih dari empat kali oleh audiens yang berbeda atau sama. Konten yang paling populer telah diputar sebanyak 40 kali, menunjukkan adanya konten tertentu yang menarik perhatian lebih besar dibandingkan konten lainnya. 92% dari pendengar berasal dari Indonesia. Persentase yang sangat besar ini mengindikasikan bahwa program ini

memiliki target audiens yang sangat relevan dengan pasar lokal dan menarik bagi pendengar dalam negeri. Pendengar yang paling banyak berasal dari Jakarta, dengan proporsi 25,8% dari total audiens. Jakarta sebagai ibukota Indonesia merupakan pusat populasi yang besar, yang kemungkinan menjadi penyumbang terbesar audiens. Kelompok usia 18 hingga22 tahun mendominasi audiens, dengan persentase 47,4% dari total pendengar. Ini menunjukkan bahwa program ini paling menarik bagi generasi muda yang merupakan bagian dari demografi usia remaja hingga awal dewasa.

Dalam kerangka program inovatif jurnalistik ini, telah dibuat 120 majalah inspiratif yang berisi konten-konten jurnalistik kreatif dan inovatif, memperluas penyebaran informasi dan wawasan kepada pembaca. Majalah inspiratif tersebut telah dibaca oleh 52.883 pembaca, yang menunjukkan popularitas konten tersebut di kalangan audiens yang lebih luas. Ini memberikan gambaran bahwa selain platform Spotify, publikasi dalam bentuk majalah juga memiliki jangkauan pembaca yang signifikan. Secara keseluruhan, program inovatif ini memiliki audiens yang terpusat di Indonesia, dengan fokus pada generasi muda, khususnya di daerah perkotaan besar seperti Jakarta. Dengan perkembangan lebih lanjut, program ini memiliki potensi untuk memperluas jangkauan audiens internasional dan kelompok usia lainnya (Sumber utama: *Spotify @Duta Inovatif Indonesia & IG Story @dutainovatif.indonesia*).

Manfaat Program Duta Inovatif Indonesia

a. Bagi Penyelenggara Program

Salah satu keuntungan utama bagi penyelenggara Program Duta Inovatif Indonesia adalah peningkatan citra dan kredibilitas organisasi YIC Indonesia. Dengan peranan Duta yang konsisten dalam menyebarkan informasi inovatif dan edukatif di media sosial seperti instagram, penyelenggara dipersepsikan sebagai entitas yang peduli pada pengembangan literasi digital. Ini memperkuat posisi organisasi sebagai pelopor gerakan literasi digital, sehingga mampu menarik lebih banyak partisipasin atau publik serta dukungan dari pemangku kepentingan terkait. Program ini membantu penyelenggara menjangkau audiens yang lebih besar. Duta yang berasal dari berbagai latar belakang dan daerah, berfungsi sebagai perpanjangan tangan lembaga untuk menyebarkan pesan-pesan positif serta menjalin koneksi dan relasi seluas-luasnya.

Keberadaan Duta di media sosial memungkinkan penyelenggara mengakses audiens tertentu yang sulit dijangkau secara langsung, sehingga memungkinkan pesan literasi digital tersebar lebih merata dan relevan bagi berbagai kalangan. Mengumpulkan umpan balik, pesan dan saran dari audiens melalui kegiatan yang dilakukan oleh Duta sebagai sarana pengukuran tingkat kepuasan juga menjadi salah satu manfaat program. Para Duta digiring untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan dan masalah literasi digital masyarakat khususnya ditengah-tengah partisipasi anak muda seangkatannya, serta mendorong setiap Duta untuk berpikir kritis dan solutif dalam pemecahan masalah di media sosial, termasuk kemampuan dalam pemilihan topik, tema dan ulasan menarik sebagai bahan untuk pembuatan konten edukatif dalam aktivitas penugasannya.

b. Bagi Peserta Duta Inovatif Indonesia

Peserta Program Duta Inovatif Indonesia memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan literasi digital mereka secara menyeluruh. Peserta tidak hanya diajarkan bagaimana memanfaatkan media sosial seperti Instagram, tetapi juga diajarkan strategi dan skema pembuatan konten kreatif. Dengan demikian, setiap peserta dapat belajar membuat

dan menyebarkan konten yang relevan dan bermanfaat di internet. Selain itu, peserta mendapatkan bantuan dalam membangun jaringan profesional dengan peserta inovatif lainnya, pada berbagai latar belakang institusi maupun daerah provinsi yang berbeda melalui program ini. Dengan berpartisipasi dalam program, peserta memiliki kesempatan untuk bekerja sama dan bertukar ide dan gagasan yang dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang cara menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Jejaring yang terbentuk tidak hanya menguntungkan peserta selama program, tetapi juga dapat membantu karier mereka di masa depan. Pengembangan kemampuan berpikir kritis dan kepemimpinan juga menguntungkan. Peserta program didorong untuk menjadi agen perubahan dengan membuat kampanye literasi digital secara inovatif dan sadar hukum di platform media sosial. Peserta akan memperoleh pengalaman praktis dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi berbagai konten di media sosial, hal ini berguna dalam meningkatkan kemampuan manajemen dan pemecahan masalah di situasi nyata.

c. Manfaat untuk Masyarakat Umum

Program Duta Inovatif Indonesia memainkan peran besar dalam meningkatkan literasi digital masyarakat luas. Program ini disajikan secara kreatif melalui platform media sosial khususnya instagram, membantu audiens lebih memahami cara menggunakan teknologi modern secara cerdas dan bijak. Dengan menyampaikan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga edukatif serta mudah diakses, masyarakat umum dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk memilah informasi yang akurat dan menghindari penyebaran berita bohong (hoaks). Program ini juga membantu masyarakat belajar menggunakan media sosial untuk menjadi produktif. Audiens diajak untuk tidak hanya menyimak informasi tetapi juga ikut membuat konten yang bermanfaat. Program ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi publik dalam berbagi wawasan dan pengalaman melalui berbagai kampanye dan pelatihan kreatif yang bertujuan untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat dan produktif untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi.

KESIMPULAN

Duta merupakan individu atau bagian dari kelompok masyarakat tertentu yang dipilih serta diseleksi baik melalui rangkain formal maupun non formal dengan memiliki aspek dan tujuan tertentu untuk dikuasi atau ditularkan kepada khalayak umum. Implementasi Program Duta Inovatif Indonesia (DUTIV) dalam meningkatkan literasi digital di kalangan anak muda melalui konten edukatif di media sosial dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan pembelajaran mandiri kolaboratif melalui aktivitas 80% daring dan 20% luring atau disebut sebagai model pembelajaran dan penugasan *Zenius Learning*, serta menekankan pada keterampilan digital dan pembuatan konten edukatif di media sosial. Penelitian yang menggunakan desain kuantitatif deskriptif ini menunjukkan bahwa program DUTIV berhasil meningkatkan kesadaran literasi digital di kalangan peserta dan audiens di media sosial dengan dampak positif pada kemampuan kolaborasi dan kreativitas peserta. Implementasi inti yang dilaksanakan pada Program Duta Inovatif Indonesia dalam peningkatan literasi digital di media sosial ini diantaranya meliputi skema pemilihan, penugasan, aktivitas inti peningkatan literasi digital, dan aspek manfaat baik untuk penyelenggara, peserta maupun audiens.

Keberadaan dari program ini melibatkan aktivitas inti peningkatan literasi digital dengan implementasi 4 program utama, 1 program wajib serta aktivitas tambahan dengan difasilitasi oleh keberadaan fasilitator dan pemangku kepentingan lainnya. Tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya tingkat literasi digital di Indonesia, terutama di kalangan anak muda serta

kurangnya kesadaran akan penggunaan teknologi yang bijak. Program ini dinilai efektif dalam menjangkau audiens melalui platform media sosial, terutama Instagram, spotify dan TikTok, serta menciptakan ekosistem yang mendukung perkembangan keterampilan literasi digital. DUTIV juga memainkan peran penting dalam membantu anak muda memanfaatkan teknologi secara produktif dan bijaksana melalui strategi efektif dalam pelaksanaan Program Duta Inovatif Indonesia. Namun, format Strategi yang sistematis pada Program Duta Inovatif Indonesia belum disampaikan secara rinci pada penelitian ini, sehingga keterbatasan demikian, diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Publiciana*, vol. 9, no. 1, 2016, pp. 140–157, doi: https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79.

Duta Inovatif Indonesia. *Informasi, deskripsi dan data*. Melalui *website* resmi YIC Indonesia, link: https://yic-indonesia.org/, Diakses pada Oktober 2024.

El Afif, Habiba Jamal. "Mengembangkan Konten Edukatif dan Inovatif sebagai Strategi Menghadapi Tantangan Literasi di Era Digital." Kemensetneg, 22 Juli 2024.

Fakultas Ushuludin & Filsafat UINSA. *Pelatihan Literasi Digital: Solusi Cerdas Masalah Referensi Mahasiswa*. 19 Mei 2024. Diakses pada 13 Oktober 2024, access: https://uinsa.ac.id/blog/pelatihan-literasi-digital-solusi-cerdas-masalah-referensi-mahasiswa.

Inovatif Berliterasi. *Data capain, sebaran & jangkauan.* Melalui Instagram Literasi Inovatif, link: https://www.instagram.com/literasi.inovatif/, Diakses pada Oktober 2024.

Inovatif Digital Campaign. *Data capain, sebaran & jangkauan.* Melalui *TikTok* Duta Inovatif Indonesia, link: https://www.tiktok.com/@dutainovatif.indonesia/, Diakses pada Oktober 2024.

Inovatif Jurnalistik. *Data capain, sebaran & jangkauan.* Melalui *Spotify* Duta Inovatif Indonesia, link: https://open.spotify.com/show/7r3cbGXPrkjLaZrSaN8Jaf, Diakses pada Oktober 2024.

Inovatif Sosial Media. *Data capain, sebaran & jangkauan.* Melalui *Instagram* Duta Inovatif Indonesia, link: https://www.instagram.com/dutainovatif.indonesia/, Diakses pada Oktober 2024.

Liana, Lie. *Pencapaian Biaya Minimum Menggunakan Metode Hungarian Dan Daftar Kombinasi*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank, 2024.

Naufal, Haickal Attallah. "Literasi Digital." *Perspektif*, vol. 1, no. 2, 2021, doi: https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32.

Patrisia, Novliza Eka. "ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PELAKSANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL." *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*, vol. 5, no. 2, 2021, doi: https://doi.org/10.33884/commed.v5i2.2665.

Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2016, p. 7.

Usman, Nurdin, 2002. Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum (dalam Jakarta: *Grasindo,* 2002), 170.

Youth Idea Community (YIC) Indonesia. *Informasi, deskripsi dan data*. Melalui *website* resmi YIC Indonesia, link: https://yic-indonesia.org/, Diakses pada Oktober 2024.

Yullyanti, Ellyta. "Analisis Proses Rekrutmen dan Seleksi pada Kinerja Pegawai." *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, vol. 16, no. 3, 2011, pp. 131-139. doi: 10.20476/jbb.v16i3.615. Tersedia di: https://scholarhub.ui.ac.id/jbb/vol16/iss3/2.

Zahra, Natasya. "Meningkatkan Inklusi dalam Indeks Literasi Digital Nasional: Dari Pengukuran hingga Pemberdayaan." *Ringkasan Kebijakan*, no. 19, 2023, access: https://repository.cips-indonesia.org/.