
PELATIHAN LITERASI DIGITAL DAN PRODUKSI KONTEN POSITIF UNTUK REMAJA MASJID DI KABUPATEN BANDUNG

Catur Nugroho

Prodi Ilmu Komunikasi, Telkom University Bandung

denmasnuno@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Informasi saat ini menjadi salah satu diantara tiga sumber daya dasar (basic resources) selain potensi material dan energi. Informasi kemudian dianggap tidak memiliki kegunaan praktikal bila tidak dimaknai dan dioperasionalkan. Keberadaan teknologi di tangan para generasi millennial tidak serta-merta menjadikan teknologi informasi dan komunikasi bermanfaat bagi mereka. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan terkait dengan pemanfaatan perangkat teknologi tersebut. Beragam persoalan seperti disinformasi, hoaks, pelanggaran privacy, cyberbullying, konten kekerasan dan pornografi, dan adiksi media digital dianggap sebagai persoalan masyarakat digital terkini. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan diberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai penggunaan media digital yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan bagi para remaja Masjid Ba'abussalam di Kabupaten Bandung untuk dapat memanfaatkan media baru sebagai sarana belajar yang positif dan berhasil guna. Kegiatan juga memiliki tujuan agar generasi muda di Kabupaten Bandung dapat membanjiri media digital, terutama media sosial dengan konten-konten positif, sehingga dapat menandingi munculnya hoaks, ujaran kebencian dan berita palsu di media sosial. Tujuan lainnya agar masyarakat sasaran dapat memiliki pengetahuan yang baik terkait penggunaan perangkat teknologi informasi dan komunikasi, sehingga dapat membantu dan memberikan ilmu serta pengalamannya dalam memproduksi konten positif tersebut kepada remaja lainnya.

Kata Kunci : pelatihan, literasi digital, konten positif, remaja masjid, Kabupaten Bandung

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital saat ini sudah semakin cepat, yang memberikan dampak bagi masyarakat perkotaan maupun pedesaan dalam berkomunikasi yang lebih didominasi oleh media digital. Data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), penetrasi Internet di Indonesia sampai dengan kuartal awal 2020 mencapai angka 73,3 % (persen) dengan jumlah total pengguna Internet sebanyak 196,71 juta

orang (Irawan et al., 2020). *Smartphone* memiliki andil dalam tingginya penetrasi Internet di Indonesia, dimana lebih dari 90 persen pengguna Internet mengakses melalui perangkat pintar tersebut.

Apabila sebelumnya diperlukan pertemuan tatap muka (atau face to face) untuk bernegosiasi ataupun bertukar informasi, sekarang *handphone* ataupun *gadget* lainnya memudahkan para pelaku komunikasi untuk bernegosiasi ataupun bertukar informasi. Sebagaimana prinsip dasar pandangan Marshall McLuhan dalam (Nugroho, 2020) bahwa

kecepatan komunikasi melalui media elektronik menggemakan kecepatan indera. Melalui media seperti telepon, televisi, komputer dan 'Internet', kita semakin terhubung dengan seluruh dunia dan ini memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang di sisi lain dunia secepat yang dibutuhkan .

Smartphone menjadi perangkat teknologi komunikasi yang paling banyak digunakan karena operabilitasnya yang tinggi, kapasitas penyimpanan data yang besar, berbagai fungsi dan kompleks, serta kemampuan untuk menjalankan sejumlah besar aplikasi (Nugroho, 2020).

Manuel Castells (2004) mengklaim bahwa komunikasi di luar lingkup jaringan internet seperti komunikasi tatap muka menjadi semakin terpinggirkan dari kehidupan masyarakat modern (Castells, 2004). Kemajuan teknologi yang pesat sering kali tidak diimbangi dengan pengetahuan bagaimana menggunakan dan memanfaatkannya secara maksimal dan positif, sehingga, hasil yang diinginkan (dalam berkomunikasi dan bertukar informasi) tidak dapat tercapai sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Revolusi dunia digital mempunyai dampak positif, namun juga memiliki wajah buruk. Kicau kacau di media sosial, informasi palsu, ujaran kebencian, dan disinformasi bertebaran di dunia siber, terutama media sosial. Media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologis dan teknologi melalui web memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna (*user generated content*) (Kaplan & Haenlein, 2010).

Dengan berbagai fitur dan fungsionalitasnya yang mudah digunakan, media sosial telah berkembang secara revolusioner. Kietzmann et al., (2011) menyampaikan tujuh fungsionalitas media sosial yang ada pada sebagian besar aplikasi media sosial, yaitu identitas (*identity*), percakapan (*conversation*), berbagi (*sharing*), kehadiran (*presence*), hubungan (*relationship*), kelompok (*group*), dan reputasi (*reputation*) (Kietzmann et al., 2011). Dengan fungsionalitas tersebut, konten media sosial mampu menjangkau berbagai kalangan secara cepat dan massif.

Sebagaimana dilansir Hootsuite dan wearesocial.org pada tahun 2018, bahwa dari sekitar 150 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, 48

persennya (75 juta) adalah kaum muda usia 13 – 24 tahun (we are social, 2018). Dari data tersebut terlihat bagaimana generasi muda atau remaja adalah warga internet yang dibutuhkan partisipasinya dalam masyarakat, dan untuk pembelajaran, ekspresi budaya, dan pemenuhan pribadi mereka.

Jumlah situs di Indonesia yang diblokir Kementerian Komunikasi dan Informatika sampai dengan akhir 2019, karena mengandung konten negatif mencapai 1.857.907 situs (Anjaeni, 2019). Data ini masih belum ditambah dengan ratusan ribu akun media sosial yang terindikasi menyebarkan hoaks dan informasi palsu. Hoaks adalah informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau yang benar-benar bukan fakta (Juditha, 2018). Sedangkan disinformasi adalah ketika informasi sengaja dibuat salah atau dipalsukan, dan dibagikan secara sengaja untuk menyebabkan kerugian bagi individu atau pihak lain (Wardle & Derakhshan, 2017).

Di Indonesia akhirnya bermunculan berbagai gerakan masyarakat yang menentang dan menhadang hoaks, disinformasi, dan ujaran kebencian yang sengaja diciptakan kelompok-kelompok tertentu dengan literasi digital. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI membuat satu wadah untuk mensinergikan gerakan literasi digital dalam Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi. Dengan gerakan literasi digital yang massif dan berkelanjutan diharapkan dapat memerangi disrupsi informasi yang terjadi.

Literasi digital dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk membaca dan memahami item informasi dalam format hypertext atau multimedia (Bawden, 2017). Sedangkan Jones & Hafner literasi digital sebagai praktik berkomunikasi, berhubungan, berpikir dan 'menjadi' terkait dengan media digital (Jones & Hafner, 2012). Spires & Bartlet (2012) membagi berbagai proses intelektual yang terkait dengan penggunaan teknologi dan media digital ke dalam tiga kategori, yakni menemukan dan mengkonsumsi konten digital, membuat atau memproduksi konten digital, dan mengomunikasikan konten digital (Nugroho & Nasionalita, 2020).

Menurut hasil penelitian dari Nasionalita & Nugroho (2020) terkait indeks literasi digital remaja di Kabupaten Bandung nilai indeks literasi digital di

angka 62,56 atau pada kategori *intermediate* (Nasionalita & Nugroho, 2020). Hasil riset ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemampuan remaja di Kabupaten Bandung dalam menggunakan dan memanfaatkan media digital masih belum baik, terutama dalam hal keamanan data pribadi dan produksi konten positif. Dengan data hasil riset ini maka diperlukan satu gerakan yang massif dan berkelanjutan terkait literasi digital dan produksi konten positif agar remaja di Indonesia mampu memanfaatkan media siber dan media sosial dengan baik.

Remaja yang merupakan generasi penerus bangsa saat ini menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat. Remaja sekarang yang sering disebut sebagai generasi milenial baru atau Generasi Z. Generasi *millennial* sebenarnya adalah sebutan untuk generasi yang lahir lahir pada rentang tahun 1981 hingga 1999 (Lancaster & Stillman, 2011). Sedangkan Martin & Tulgan mengelompokkan generasi *millennial* sebagai generasi yang lahir tahun 1978 hingga 2000, atau sering disebut sebagai generasi Y (Martin & Tulgan, 2012).

Generasi Z atau generasi *post-millennial* menurut Oblinger (2005) dalam (Yanuar Surya Putra, 2016) adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995. Generasi ini memiliki perbedaan dibanding generasi Y, karena generasi Z adalah *digital native* yang lahir dan besar di era teknologi dan media digital. Perkembangan teknologi dan media digital di era generasi ini di Indonesia masih ditemukan kesenjangan dalam hal penggunaan dan pemanfaatan secara positif. Beberapa sifat generasi ini diantaranya adalah lebih percaya *user generated content* (UGC) daripada informasi searah, lebih memilih ponsel dibanding televisi, wajib mempunyai media sosial, dan kurang suka membaca secara konvensional (buku, majalah, koran cetak) (Alfyonita et al., 2019).

Dengan mengedepankan tema Pelatihan Literasi Media Digital Remaja Masjid Baabussalam di Kabupaten Bandung, tim dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bekerjasama dengan Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi memberikan pelatihan bagi para remaja masjid di Kompleks Taman Cibaduyut Indah Kabupaten Bandung agar lebih “melek” dengan media digital. Para remaja diharapkan dapat menggunakan media digital untuk

hal yang positif dan berhasil guna. Selain itu para remaja masjid juga diharapkan dapat memproduksi konten-konten media digital, baik berupa konten teks tertulis, maupun konten audio-visual yang positif sehingga mereka dapat melawan konten-konten negatif di media digital seperti hoaks, disinformasi, dan ujaran kebencian yang banyak bertebaran di media siber.

METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan *softskills* bagi para remaja di lingkungan masjid Baabussalam, yang bentuk implementasinya meliputi *personal competence* terdiri dari, pertama *technical skills* yang berhubungan dengan kemampuan menggunakan Komputer dan Internet dan menggunakan media digital secara aktif. kedua, *critical understandings* yang berhubungan dengan kemampuan memproduksi konten dan memanfaatkan fungsi media digital untuk hal yang positif, serta memiliki pengetahuan mengenai media dan regulasinya serta perilaku dalam menggunakan media digital.

Selanjutnya diberikan pelatihan *social competence* terdiri dari *communication skills* yang berkaitan dengan kemampuan komunikasi dan membangun relasi sosial melalui media, kemampuan partisipasi dengan masyarakat melalui media digital, serta kemampuan untuk memproduksi dan mengkreasi konten media..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 18 – 20 Mei 2019 bertempat di aula Masjid Ba’abussalam, Taman Cibaduyut Indah, kabuapten Bandung. Peserta pelatihan yang terdiri dari remaja masjid berjumlah 20 orang. Mitra pengabdian, yakni Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Ba’abussalam berpartisipasi dalam menyediakan tempat dan sumber daya manusia yang siap dilatih dan bersedia melakukan monitoring dan evaluasi. Mitra sasar juga melakukan pendampingan dan penilaian atas capaian program yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat.

Materi pendampingan yang telah

disampaikan adalah:

1. Literasi Digital, terutama terkait klasifikasi konten positif dan negatif dalam media online dan apa konsekuensinya
2. Workshop atau pelatihan pembuatan konten positif di media sosial

1. Pelatihan Literasi Digital

Pelatihan literasi digital dilaksanakan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pemanfaatan teknologi dan media digital secara positif. Konsep dasar literasi digital disampaikan oleh Kharisma Nasionalita, MA dari Prodi Ilmu Komunikasi Telkom University, yang berbicara tentang komponen-komponen penting dalam literasi digital. Materi yang disampaikan meliputi *Digital Literacy Across the Curriculum* dari Hague dan Paton (2010), yang menjelaskan mengenai 8 komponen literasi digital yaitu *functional skill and beyond, creativity, collaboration, communication, the ability to find and select information, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding, dan e-safety* (Hague & Payton, 2010).

Komponen *functional skill and beyond* berkaitan dengan operasional teknologi, yang berhubungan dengan kemampuan ICT-Skills seseorang dan relasinya dengan konten dari berbagai media. Kemudian penggunaan operasional dari teknologi juga berkaitan dengan familiaritas terhadap teknologi, keterjangkauan alat teknologi, penggunaan teknologi dan menghasilkan data.

Komponen *creativity* berkaitan dengan bagaimana cara kita berpikir dan membangun serta membagikan pengetahuan dalam berbagai macam ide dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam hal ini *creativity* disebut mencakup kreasi produk atau keluaran dalam berbagai format dan model dengan memanfaatkan teknologi digital. Kreativitas juga meliputi kemampuan berpikir kreatif dan imajinatif meliputi perencanaan, merajut konten, mengeksplorasi ide ide dan mengontrol proses kreatifnya.

Komponen *collaboration* didasarkan pada sifat teknologi digital itu sendiri. Teknologi digital menyediakan peluang peluang untuk bekerjasama dalam tim. Dan teknologi digital juga membuka proses partisipasi yang kemudian membuka

menekankan partisipasi individu dalam proses dialog, diskusi dan membangun gagasan gagasan lainnya untuk menciptakan pemahaman. Misalnya, kemampuan berpartisipasi dalam ruang digital, mampu menjelaskan dan menegosiasikan gagasan-gagasan dengan orang lain di grup.

Communication berbicara tentang menjadi seseorang yang terliterasi digital berarti menjadi orang yang mampu berkomunikasi melalui media teknologi digital. Komunikasi yang efektif dan literasi digital erat dengan kemampuan membagikan pemikiran, gagasan dan pemahaman. Selain itu memiliki kemampuan memahami dan mengerti audiens (sehingga keika membuat konten mereka memperkirakan kebutuhan audiens dan dampaknya)

Komponen *the ability to find and select information* menitikberatkan pada kemampuan mencari dan meyeleksi informasi. Kemampuan ini berkaitan dengan bagaimana berpikir hati-hati mengenai bagaimana proses pencarian informasi dan menggunakan sumber secara selektif, terutama terkait dengan representasi, bahasa, produksi dan audiens.

Critical Thinking and Evaluation menekankan bahwa jangan hanya menerima informasi dan memaknai informasi secara pasif saja tapi menggunakan keterampilan penalaran untuk terlibat dengan materi dan informasi, untuk mempertanyakan, menganalisis, meneliti dan mengevaluasinya dan untuk membuat argumen tentang hal itu. Hal ini terkait dengan menjadi reflektif, menafsirkan makna, dan menentukan signifikansi untuk membuat keputusan yang terarah dan memahami dunia di sekitar kita.

Komponen *Cultural and Social Understanding* terkait pemahaman sosial dan budaya masyarakat, sehingga memungkinkan kaum muda untuk berpartisipasi tidak hanya secara sosial dan budaya tetapi juga secara politik, ekonomi dan intelektual. Pemahaman sosial dan budaya membekali kaum muda dengan bahasa dan konteks bagi literasi digital mereka.

Komponen *E-Safety* menekankan pada pada pilihan pilihan yang menjamin keamanan saat pengguna bereksplorasi, berkreasi, berkolaborasi dengan teknologi digital. mengembangkan keterampilan yang memungkinkan mereka

milik sendiri dan orang lain. Selain itu juga terkait bagaimana membuat mereka tetap aman ketika menjelajah, berkomunikasi, menciptakan dan berkolaborasi dengan teknologi dan media digital, termasuk internet dan ponsel.



Gambar 1. Pelatihan Literasi Digital

2. Pelatihan Produksi Konten Positif

Pelatihan produksi konten positif terkait dasar-dasar sinematografi, proses pra-produksi, produksi, dan editing yang disampaikan Twin Pramono Jati, M.Ds dari prodi Ilmu Komunikasi Telkom University. Dalam penyampaian materinya pembicara memberikan konsep dan teori dasar terlebih dahulu sebelum peserta diajak untuk mempraktekkan melalui proses produksi video konten media digital.

Materi yang disampaikan terkait sinematografi diantaranya *shot size* (ukuran gambar), *composition* (komposisi gambar), *sound* (pengaturan suara), *camera angle* (tata letak kamera), dan *continuity* (keberlanjutan gambar video). Dengan materi dasar ini, selanjutnya peserta dibagi atas kelompok yang terdiri atas 4 orang dan diajak untuk melakukan proses pra-produksi, yaitu pencarian ide cerita dan penulisan naskah cerita pendek.

Proses produksi dilaksanakan di sekitar lingkungan Taman Cibaduyut Indah dengan menggunakan peralatan sederhana berupa *smartphone*. Karena keterbatasan waktu pendampingan oleh dosen, maka sebagian proses produksi dilakukan di luar waktu pengabdian masyarakat. Proses post-produksi atau editing dilakukan dengan memberikan contoh editing sederhana kepada para peserta. Dengan kegiatan ini diharapkan para peserta dapat memproduksi konten-dukungan untuk kolaborasi. Komponen ini

konten kreatif dan positif dan membagikannya di media sosial.



Gambar 1. Pelatihan Produksi Konten Positif

Dengan pelatihan literasi digital, remaja masjid Baabussalam, Taman Cibaduyut Indah, Kabupaten Bandung dapat lebih mengerti dan memahami tentang disinformasi, hoaks, dan kabar bohong yang banyak beredar di media siber. Dengan pemahaman yang baik terkait disinformasi, maka mitra sasaran pengabdian masyarakat dapat menjadi remaja yang memiliki pengetahuan dan kecakapan digital. Dengan pengetahuan dan pemahaman literasi digital yang dimiliki, maka para remaja diharapkan dapat menularkan pengetahuan dan kemampuannya kepada orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, lingkungan rumah, dan lingkungan sekolah.

Dari pelatihan dan produksi konten positif media digital, mitra sasaran dapat memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang baik terkait proses produksi konten audio-visual untuk media digital. Dengan kemampuan ini, diharapkan para remaja masjid Baabussalam dapat menularkan ketrampilannya kepada remaja-remaja lainnya di lingkungan sekitar. Mitra sasaran juga diharapkan dapat membanjiri dunia digital, terutama media sosial dengan konten-konten kreatif dan positif. Dengan konten kreatif dan positif tersebut maka akan dapat mengurangi dampak konten-konten negatif yang bertebaran di dunia siber.

mempertanyakan secara kritis penggunaan teknologi

KESIMPULAN

Ketercapaian tujuan pendampingan dalam memberikan pemahaman secara umum mengenai bagaimana beretika dalam menggunakan media digital sudah baik. Hal ini terlihat dari diskusi dan pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh peserta selama kegiatan berlangsung dimana para peserta sangat antusias memberikan respon dan pertanyaan kepada narasumber kegiatan. Keterbatasan waktu yang disediakan mengakibatkan tidak semua materi pelatihan literasi digital dapat disampaikan secara detail.

Ketercapaian target materi pada kegiatan Abdimas ini cukup baik, karena materi pendampingan telah dapat disampaikan secara keseluruhan. Kemampuan peserta dilihat dari penguasaan materi masih kurang dikarenakan waktu yang singkat dalam penyampaian materi dan kemampuan para peserta yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan pengembangan isi materi yang banyak hanya disampaikan dalam waktu singkat sehingga tidak cukup waktu bagi para peserta untuk memahami dan mempraktekkan secara lengkap semua materi yang diberikan.

Dari hasil pelatihan para peserta yaitu kualitas pemahaman dan pandangan dalam memahami dan melaksanakan beberapa kegiatan positif telah sesuai dengan solusi yang disampaikan oleh narasumber. Maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini dapat tercapai dengan baik sesuai harapan penyelenggara dan mitra sasaran.

Diharapkan dari pihak mitra ataupun peserta akan adanya kegiatan lanjutan yang berupa pelatihan sejenis yang diselenggarakan secara periodik sehingga dapat meningkatkan kemampuan para remaja untuk dapat menggunakan media digital secara positif dan bernilai ekonomis. Dengan kegiatan lanjutan mengenai pelatihan produksi konten positif diharapkan para remaja dapat secara aktif membangun ruang digital yang positif dan bersih.

Kegiatan pengabdian masyarakat pelatihan literasi digital dan produksi konten positif ini masih sebatas di lingkungan perumahan, sehingga belum dapat menjangkau target remaja yang lebih besar. Untuk kegiatan selanjutnya tim abdimas merekomendasikan agar pihak Universitas Telkom

dapat bekerjasama dengan pihak-pihak terkait yang lebih luas jangkauannya seperti pemerintah daerah Kabupaten Bandung, sekolah-sekolah di kabupaten Bandung, dan juga Majelis Ulama Indonesia agar program dapat dilaksanakan dalam skala yang lebih besar.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih untuk Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) Telkom University yang telah mendukung dan memberikan dana untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terimakasih juga untuk DKM Masjid Ba'abussalam Taman Cibaduyut Indah yang telah bekerjasama dalam kegiatan pelatihan untuk remaja masjid.

REFERENSI

- Anjaeni, Rahma. (2019). Koinfo Telah Memblokir 1,8 Juta Konten Negatif Di Internet Hingga Desember 2019. Dalam <https://nasional.kontan.co.id/news>.
- Alfyonita, D., Nasionalita, K., Sos,. (2019). *Konstruksi Identitas Generasi Millennial Di Kota Bandung Dalam Media Sosial Instagram*. In *Openlibrary Telkom University* (Issue Communication Science).
- Bawden, D. (2017). *Information And Digital Literacies : A Review Of Concepts*. August.
- Castells, M. (2004). The network society: A cross-cultural perspective. In *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*.
- Hague, C., & Payton, S. (2010). *Digital Literacy Across The Curriculum Key To Themes: A Futurelab Handbook*. www.futurelab.org.uk
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vols. 2019–202). <https://apjii.or.id/survei>
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2012). Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction. In *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction*. <https://doi.org/10.4324/9780203095317>
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di

- Communication Interactivity in Social Media and Anticipation). *Jurnal Pekommas*. 3(1), 31–44.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media. *Business Horizons*.
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2011). The “M Factor - How the Millennial Generation is Rocking the Workpkace.” *NHRD Network Journal*.
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2012). Managing the Generation Mix™ - From Collision to Collaboration. *Proceedings of the Water Environment Federation*.
- Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2020). Indeks Literasi Digital Generasi Milenial di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 18 (2), 32 - 47.
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society; Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, C., & Nasionalita, K. (2020). Indeks Literasi Digital Remaja di Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 215.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. *Report to the Council of Europe*, 108.
- we are social, H. (2018). *Indonesia Digital Landscape*. Special Reports Digital in 2018: World’s Internet Users Pass the 4 Billion Mark.
- Yanuar Surya Putra. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*.