

IMPLEMENTASI WORKSHOP LITERASI DIGITAL DALAM MEMBANGUN KEBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT

Sri Nurhayati^{1*}, Ai Masri Nurul Falah²

^{1,2}Program Pascasarjana Pendidikan Masyarakat, IKIP Siliwangi, Cimahi, Indonesia
srinurhayati@ikipsiliwangi.ac.id, attaqwakami@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Indonesia merupakan salah satu Negara pengguna internet terbanyak di dunia. Lebih dari setengah penduduk Indonesia telah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Namun permasalahan yang terjadi adalah masyarakat belum mampu menggunakan dan memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan baik dan bijak. Terlebih dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat. Banyak masyarakat yang telah mengetahui canggihnya teknologi digital, akan tetapi belum menyadari bahwa internet juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Kegiatan workshop literasi digital bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan internet dan media sosial untuk berwirausaha sehingga mampu meningkatkan keberdayaan ekonomi. Metode pelaksanaan diawali dengan tahap persiapan, tahap pelaksan yang terdiri dari pemberian materi dan praktek, serta tahap evaluasi dan pendampingan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebanyak 76% mengenai bisnis *online*, peserta termotivasi untuk berwirasusaha, serta peserta memiliki kemampuan untuk membuka toko *online* di beberapa media sosial dan *market place*.

Kata Kunci: Media Sosial; Keberdayaan Ekonomi.; Literasi Digital; Workshop.

Abstract: *Indonesia is one of the most internet users in the world. More than half of the Indonesian occupation has used the internet in everyday life. But the problem that occurs is that the community has not been able to use and utilize technology and social media properly and wisely. Many people who already know the sophistication of digital technology, but have not yet realized that the internet can also be used to improve their welfare. Digital literacy workshop activities that aim to provide knowledge and skills in utilizing the internet and digital technology for entrepreneurship through online business to increase economic empowerment. The implementation method begins with the preparation phase, the implementation phase which consists of providing material and practice, as well as the evaluation and assistance phase. The results of this activity showed a 76% increase in participants' understanding of online business, participants were motivated to do business, and participants could open online shops on various social media and market places.*

Keywords: *Social Media; Economic Empowerment; Digital Literacy; Workshop.*



Article History:

Received : 21-06-2020
Revised : 18-07-2020
Accepted : 26-07-2020
Online : 14-08-2020



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pada abad 21 saat ini dunia sedang mengalami perubahan sangat cepat yang ditandai dengan adanya era revolusi industri 4.0. akan terjadi perubahan-perubahan di setiap aspek kehidupan manusia. Perkembangan internet dan teknologi digital secara yang terjadi terus menerus mempengaruhi adanya akses tanpa batas (Suryanti & Wijayanti, 2019). Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar. Melalui internet dan media digital, setiap orang dapat terhubung dengan semua orang dan dapat melihat keadaan diseluruh dunia kapanpun dan dimanapun.

Berdasarkan hasil survei (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, 2019) setiap tahun pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 pengguna internet sebanyak 171,17 juta jiwa atau 64,8% penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Media sosial adalah konten yang paling banyak diakses oleh pengguna. Internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kaplan & Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologis dan teknologi dari Web 2.0 dan memungkinkan penggunanya dapat menciptakan dan membagikan sesuatu yang dibuatnya

Teknologi akan memberikan pengaruh besar jika masyarakat mampu memanfaatkannya dengan baik dalam menuju kehidupan yang lebih bermartabat (Anggraini & Supriyanto, 2019; Winarsih & Furinawati, 2018). Berbagai informasi dapat dengan mudah diakses oleh setiap masyarakat melalui gawai yang dimiliki. Namun masih banyak masyarakat yang masih belum dapat menggunakannya dengan baik. Kenyataan menunjukkan tingginya frekuensi mengakses informasi dan media sosial tidak menjamin kedewasaan masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet. Sehingga banyak terjadi kesenjangan dan penyalangguaan internet, seperti penyebaran informasi hoaks, pelanggaran privasi, hingga adanya kasus kecurangan. Jika dilihat, maka hal tersebut disebabkan karena rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia (Kurnia & Astuti, 2017).

Sehingga saat ini literasi digital memang menjadi hal yang sangat krusial, karena kemampuan menguasai teknologi informasi merupakan elemen penting dalam proses perubahan budaya, ekonomi, politik dan sosial. Sehingga gerakan literasi perlu diupayakan oleh semua pihak, mulai dari individu, kelompok, dan pemerintah (Andina, 2017). Menurut (Gilster & Glistler, 1997) literasi digital diartikan sebagai kemampuan seorang indivisu untuk memahami dan menggunakan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber digital. Selanjutnya (Bawden, 2001) memberikan pemahaman literasi digital yang lebih luas sehingga menjadi pemahaman baru yang

didasarkan pada literasi komputer dan literasi informasi. Literasi digital lebih banyak dikaitkan dengan keterampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarkan informasi.

Literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Setyaningsih, Abdullah, Prihantoro, & Hustinawaty, 2019).

Menyiapkan masyarakat untuk dapat menghadapi perkembangan teknologi tentu kemampuan literasi digital perlu ditingkatkan. Pendidikan literasi digital sudah harus dimulai di berbagai lapisan masyarakat, mulai dari usia dini, remaja, hingga dewasa. Sejauh ini, penggunaan internet dan teknologi digital tersebut masih sebatas untuk mencari hiburan dan berkomunikasi melalui media sosial. Sehingga masyarakat masih lebih banyak mendapatkan dampak negatif dari penggunaan akses internet. Banyak masyarakat yang telah mengetahui canggihnya teknologi digital, akan tetapi belum menyadari bahwa internet juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Kurangnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat mengenai literasi digital dapat menimbulkan permasalahan yaitu masyarakat belum mampu menggunakan dan memanfaatkan internet dan teknologi digital dengan baik dan bijak. Terlebih dalam rangka meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat.

Pemberdayaan secara bahasa berarti proses, cara, perbuatan membuat berdaya, yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak yang berupa akal, ikhtiar atau upaya (Depdikbud, 2003). Konsep pemberdayaan (*empowering*) dalam proses pendidikan luar sekolah di Indonesia pertama kali dikembangkan oleh Kindervanter pada tahun 1979. Menurutnya pemberdayaan merupakan proses pemberian kekuatan atau daya melalui pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, pengertian, dan kepekaan warga belajar terhadap perkembangan sosial, ekonomi, dan politik, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memperbaiki kedudukannya dalam masyarakat (Anwar, 2007:77)

Sementara menurut (Karwati, 2017) pemberdayaan merupakan salah satu wadah yang dijadikan sebagai upaya untuk memberikan wahana bagi masyarakat dalam memenuhi akan kebutuhan warga belajar berupa pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan bagi kehidupan yang lebih baik di dalam kehidupan keluarga dan masyarakat. Konsep pemberdayaan merupakan suatu upaya untuk menjadikan sesuatu yang adil dan beradab menjadi lebih efektif dalam seluruh aspek kehidupan.

Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat untuk bertahan dan mengembangkan diri untuk mencapai kemajuan. Memberdayakan masyarakat berarti suatu upaya untuk memampukan dan memandirikan masyarakat (Rufaidah, 2017).

Sasaran utama pemberdayaan masyarakat adalah mereka yang lemah dan tidak memiliki daya, kekuatan atau kemampuan mengakses sumberdaya produktif atau masyarakat yang terpinggirkan dalam pembangunan.

Pemberdayaan ekonomi masyarakat saat ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dan internet, salah satunya dengan menggunakan media sosial untuk berwirausaha. Kaplan (2015) menyebutkan bahwa media sosial saat ini bukan lagi digunakan untuk sekadar mencari hiburan bagi generasi muda. Media sosial dapat mempengaruhi semua orang, konsumen dan organisasi untuk mengambil keputusan, sehingga banyak pelaku bisnis yang saat ini berlomba-lomba untuk memanfaatkan media sosial. McFarland dan Ployhart (Buchori, 2018) juga menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya penyebaran informasi dengan cepat, sehingga dalam bisnis penyampaian promosi melalui berbagai media sosial dirasa lebih efektif karena berbagai ulasan dan komentar yang diberikan pengguna akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Program pengabdian kemitraan masyarakat ini akan memberikan pendidikan literasi digital untuk masyarakat dan pembekalan keterampilan untuk menggunakan media sosial dalam rangka meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat. Sementara itu mitra PKBM Nurul Islam Al-Husna berperan dalam penyediaan tempat untuk dan sarana prasana dalam pelaksanaan kegiatan. Implementasi model workshop digital literasi dapat dijadikan alternative pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Kegiatan workshop juga menggabungkan teori dan praktek sehingga tidak hanya meberikan pemahaman mengenai pemanfaatan internet dan teknologi digital untuk berwirausaha melalui bisnis *online* sehingga mampu meningkatkan keberdayaan ekonomi

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan yang dilaksanakan merupakan workshop literasi digital dalam bentuk pelatihan bisnis online yang dimulai dari dasar. Tahap persiapan meliputi persiapan tempat workshop, persiapan peserta workshop. Selain itu juga persiapan tenaga fasilitator dan instruktur, penentuan waktu pelaksanaan workshop, serta persiapan sarana dan prasarana yang akan digunakan.

Materi workshop disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Langkah berikutnya adalah persiapan pembuatan modul pelatihan bisnis online dengan rincian materi sesuai Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Materi Pelatihan

No	Pernyataan
1	<i>Pre-Test</i>
2	Pengantar dan pengenalan bisnis <i>online</i>
3	Aplikasi <i>social media marketing</i> dan <i>market place</i>
4	Mencari dan menentukan ide bisnis <i>online</i>

5	Paktik 1 membuat toko online di <i>social media marketing</i> dan <i>market place</i>
6	Praktik 2 membuat <i>content marketing</i>
7	<i>Post-test</i>

Sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan workshop, maka perlu dirumuskan indikator dan target capaian yang harus dicapai oleh peserta sesuai Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Indikator Pencapaian dan Target Capaian

No	Indikator Pencapaian	Target Capaian
1	Mengetahui tentang bisnis <i>online</i>	80%
2	Mengidentifikasi berbagai aplikasi <i>social media marketing</i> dan <i>market place</i>	80%
3	Mencari dan menentukan jenis bisnis online	90%
4	Mampu membuat toko online di <i>social media marketing</i> dan <i>market place</i>	90%
5	Membuat <i>content marketing</i>	80%

Ketercapaian tujuan dari kegiatan workshop ini dapat dilihat dari perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Oleh karena itu, peserta diberikan kuesioner *pre-test* untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti kegiatan workshop dan kuesioner *post-test* untuk mengetahui kemampuan peserta setelah mengikuti kegiatan workshop. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada peserta kegiatan workshop sesuai Tabel 3.

Tabel 3. Daftar Pertanyaan Kuesioner

No	Pernyataan
<i>Pre-Test</i>	
1	Apakah saudara mengetahui tentang bisnis <i>online</i> ?
2	Apakah saudara mengetahui berbagai jenis Aplikasi <i>social media marketing</i> dan <i>market place</i> ?
3	Apakah saudara sudah memiliki ide untuk bisnis <i>online</i> ?
4	Apakah saudara mengetahui cara membuka toko <i>online</i> di media sosial dan <i>market place</i> ?
5	Apakah saudara mengetahui bagaimana cara membuat dan menyiapkan <i>content marketing</i> yang menarik?
<i>Post-test</i>	
1	Setelah mengikuti workshop ini apakah Saudara memahami online bisnis?
2	Setelah mengikuti workshop ini apakah Saudara saudara mengetahui berbagai jenis Aplikasi <i>social media marketing</i> dan <i>market place</i> ?
3	Setelah mengikuti workshop ini apakah Saudara sudah dapat menentukan jenis produk untuk bisnis <i>online</i> ?

4	Setelah mengikuti workshop ini apakah saudara mengetahui cara membuka toko <i>online</i> di media sosial dan <i>market place</i> ?
5	Setelah mengikuti workshop ini apakah saudara mengetahui bagaimana cara membuat dan menyiapkan <i>content marketing</i> yang menarik?

Hasil jawaban dari kuesioner yang telah terkumpul kemudian data disajikan dalam bentuk diagram lingkaran untuk mendeskripsikan data *pre-test* dan *post-test* dan membandingkan kedua data tersebut. Berdasarkan hasil jawaban dapat diketahui tingkat keberhasilan kegiatan workshop ini melalui perubahan kemampuan yang terjadi pada peserta sebelum dan sesudah workshop, baik pengetahuan ataupun keterampilannya. Pelaksanaan kegiatan workshop dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu pemberian materi dan tahap praktek langsung. Selanjutnya adalah tahap evaluasi dan pendampingan yang merupakan tahap terakhir dalam kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan workshop literasi digital dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dilakukan dalam bentuk pengenalan dan pelatihan bisnis online. Pelaksanaan kegiatan pada tanggal 12 April 2020 di PKBM Nurul Islam Al-Husna Cimahi yang berlangsung sesuai waktu yang telah ditargetkan yaitu selama tujuh jam dari pukul 09.00-16.00 WIB. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan sebanyak 25 orang yang seluruhnya adalah perempuan.



Gambar 1. Kegiatan Pemberian Materi Mengenai Bisnis *Online*

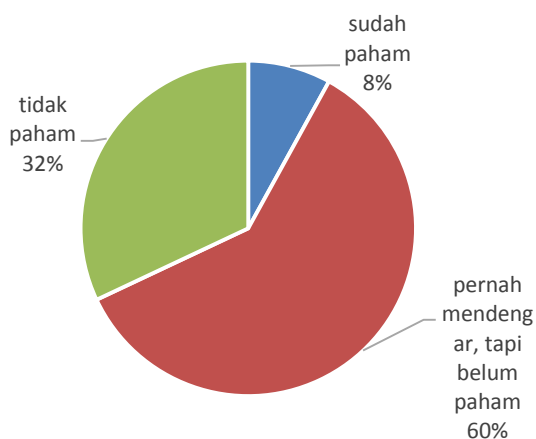
Kegiatan sesuai Gambar 1 dilaksanakan dalam dua tahap sekaligus. Pertama, berupa pemberian edukasi. Tahap ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai online bisnis, serta manfaat sarana media sosial dan *e-commerce* dalam meningkatkan keberdayaan ekonomi. Metode penyampaian dengan cara

presentasi, diskusi dan tanya jawab. Pada tahap kedua, yaitu berupa praktek yang merupakan kegiatan pemberian petunjuk-petunjuk praktis dalam pembuatan dan penggunaan sarana digital untuk online bisnis.

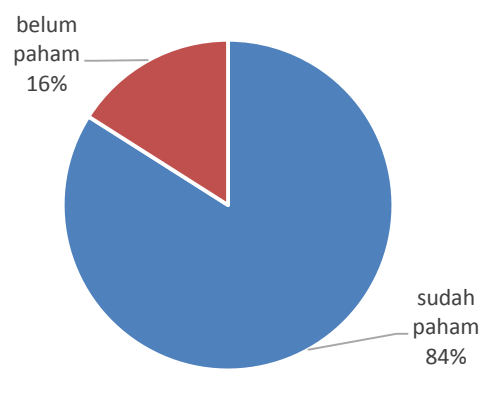
Berdasarkan hasil post-tes dan pre-tes dari jawaban kuesioner yang diberikan pada peserta didapatkan hasil sebagai berikut.

1. Pemahaman terhadap bisnis *online*

Materi pertama yang dibahas dalam kegiatan workshop yaitu tentang pengenalan bisnis *online*. Pada bagian ini peserta akan memperoleh pengertian literasi digital, konsep bisnis *online*, dan peluang-peluang dari bisnis *online*. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sesuai Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Pemahaman terhadap bisnis *online* sebelum workshop

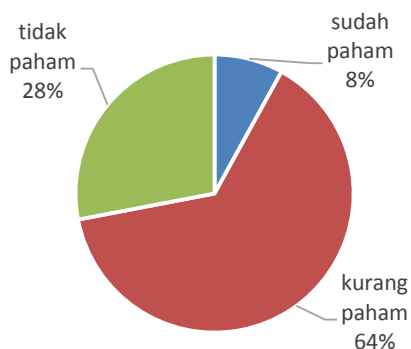


Gambar 3. Pemahaman terhadap bisnis *online* setelah workshop

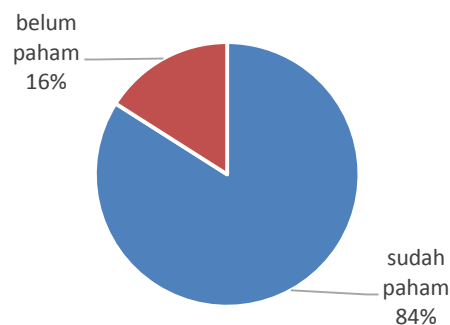
Berdasarkan Gambar 2 dan Gambar 3 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pemahaman yang dimiliki peserta. Setelah kegiatan workshop, peserta lebih banyak yang memiliki pemahaman mengenai bisnis *online*. Penjelasan mengenai pengertian literasi digital dan konsep bisnis *online* sangat penting untuk disampaikan agar peserta dapat mengetahui dan memahami bahwa teknologi digital yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ekonomi mereka.

2. Identifikasi aplikasi *social media marketing* dan *market place*

Materi selanjutnya adalah penjelasan mengenai berbagai jenis aplikasi social media marketing dan market place yang dapat digunakan untuk bisnis online. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sebagai berikut.



Gambar 4. Pemahaman mengenai aplikasi *social media marketing* dan *market place* sebelum workshop

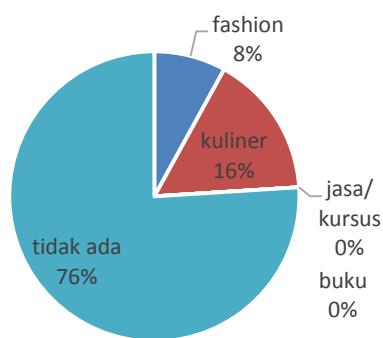


Gambar 5. Pemahaman mengenai aplikasi *social media marketing* dan *market place* setelah workshop

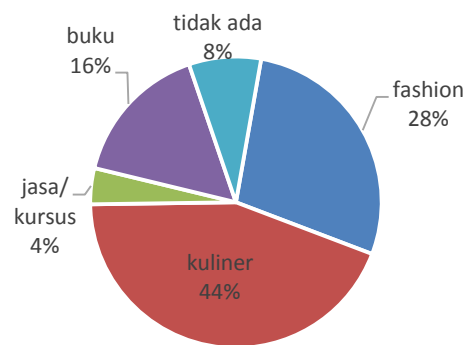
Berdasarkan Gambar 4 dan Gambar 5, pemahaman peserta mengenai berbagai aplikasi *social media marketing* dan *market place* semakin meningkat. Pada awalnya, banyak peserta yang belum memahami penggunaan media sosial sebagai sarana bisnis *online*. Setelah mendapat materi *social media marketing* dan *market place* peserta dapat mengidentifikasi dan memahami aplikasi-aplikasi yang dapat digunakan untuk bisnis *online*. Sehingga media sosial tidak hanya digunakan untuk media berkomunikasi didunia maya saja, melainkan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penghasilan melalui bisnis *online*.

3. Menentukan ide bisnis *online*

Pada bagian ini peserta harus mencari dan menentukan ide bisnis *online* yang sesuai dengan *passion* sendiri. Narasumber menjelaskan berbagai bidang bisnis online yang paling mudah dan banyak diminati konsumen, seperti *fashion*, jasa/kursus, kuliner, dan menjual buku. Selain itu, ditampilkan juga beberapa contoh bisnis *online* yang sudah sukses dan memiliki keuntungan yang tinggi. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sesuai Gambar 6 dan Gambar 7 berikut.



Gambar 6. Ide bisnis *online* sebelum workshop

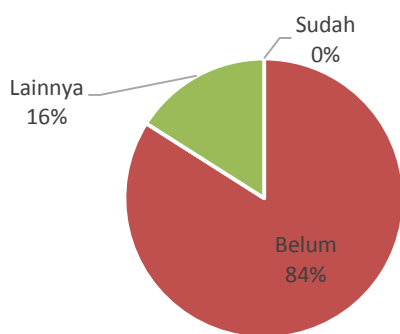


Gambar 7. Ide bisnis *online* setelah workshop

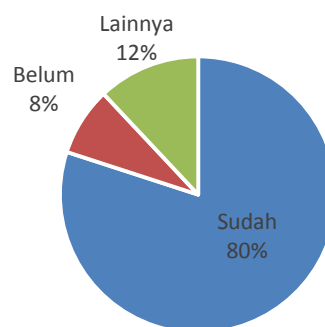
Berdasarkan Gambar 6 dan 7 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan motivasi peserta untuk memulai bisnis *online*. Setelah pelatihan didapatkan hampir setiap peserta sudah memiliki ide bisnis *online* sesuai *passion* yang dimilikinya untuk kemudia dijalankan dan dikembangkan.

4. Kemampuan membuat toko *online*

Setelah pemberian materi untuk memingkatkan pengetahuan dan pemahaman, selanjutnya adalah kegiatan praktek untuk membuat toko *online* yang akan digunakan sebagai sarana memasarkan produk-produk. Pada bagian metode yang digunakan berupa demonstrasi, dimana narasumber memberikan contoh terlebih dahulu yang kemudia dipraktikkan oleh peserta yang didampingi fasilitator. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data sesuai Gambar 8 dan Gambar 9 berikut.



Gambar 8. Kemampuan membuat toko *online* sebelum workshop



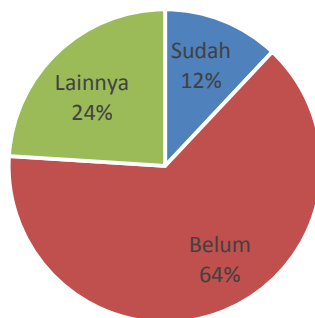
Gambar 9. Kemampuan membuat toko *online* setelah workshop

Pada Gambar 8 dan Gambar 9 diketahui bahwa setelah mengikuti kegiatan workshop peserta mampu membuat toko *online* sendiri di beberapa media sosial dan *market place*. Kegiatan praktek ini dimulai dengan mengunduh aplikasi *social media marketing* dan *market place*, seperti

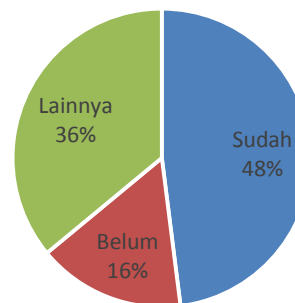
WhatsApp Business, Instagram, Facebook, dan Shopee. Kemudian membuat akun dan memilih nama toko serta profil yang menarik dan sesuai.

5. Membuat *Content marketing*

Pada bagian ini dijelaskan cara menyiapkan dan membuat berbagai isi atau konten yang baik dan menarik. Kemampuan ini sangat diperlukan untuk dapat menarik perhatian para konsumen agar berkunjung ke toko *online* milik kita dan membeli produk-produk yang ada di dalamnya. Hasil pengisian kuesioner oleh peserta menunjukkan data Gambar 10 dan Gambar 11 berikut.



Gambar 2. Kemampuan membuat *conten marketing* sebelum workshop



Gambar 11. Kemampuan membuat *conten marketing* setelah workshop

Berdasarkan Gambar 10 dan Gambar 11 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam menyiapkan isi atau konten yang akan dipasarkan, mulai dari foto produk, *caption* yang menarik, dan video-video marketing yang bertujuan untuk menarik minat para konsumen.

Tahap akhir pada kegiatan workshop adalah evaluasi pendampingan. Pada tahap ini dilakukan pendampingan bagi masyarakat dalam penggunaan media sosial untuk dapat berinteraksi ekonomi. Pendampingan merupakan tindak lanjut yang dilakukan setelah pelaksanaan workshop digital literasi. Pendampingan dilakukan oleh ahli dan praktisi pendidikan yang fokus pada permasalahan literasi digital. Pendampingan dilakukan dengan cara *offline* dengan bertatap muka langsung dan juga melalui cara *online* yaitu dengan memanfaatkan grup whatsapp sebagai media komunikasi. Ada dua kegiatan dalam pendampingan ini, seperti sharing session dan konsultasi bagi masyarakat.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Workshop literasi digital yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi digital dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, yaitu peningkatan kemampuan berwirausaha. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang sudah dimiliki, sekarang masyarakat mampu memulai usaha melalui bisnis *online* yang dapat dijadikan sumber

penghasilan lain. Oleh sebab itu, sebagai saran untuk kedepannya bahwa kegiatan yang sama perlu dikembangkan dengan jumlah peserta yang lebih banyak, serta penambahan materi mengenai manajemen dan strategi online bisnis lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tim penulis juga mengucapkan terimakasih kepada mitra pada kegiatan pengabdian ini yaitu PKBM Nurul Islam Alhusna, serta para peserta pelatihan yang senantiasa berpartisipasi pada kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Andina, E. (2017). Pentingnya Literasi Bagi Peningkatan Kualitas Pemuda. *Majalah Info Singkat Kesejahteraan Sosial*, 9(21), 9–12.
- Anggraini, O., & Supriyanto, S. (2019). Literasi Digital. *Seminar Dan Lokakarya Kualitatif Indonesia 2019*, 117–126.
- Anwar. (2007). *Manajemen pemberdayaan perempuan: perubahan sosial melalui pembelajaran vocational skills pada keluarga nelayan*. Alfabeta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet. (2019). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In *Apjii*.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: a review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083>
- Buchori, A. (2018). Pentingnya Literasi Digital Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Sosialisasi Pembangunan Melalui Media Sosial. *Omnicom Jurnal Ilmu Komunikasi Fikom Unsub*, 4(1), 11–16. Retrieved from <http://www.ejournal.unsub.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/531>
- Depdikbud. (2003). Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa. In *Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Gilster, P., & Glister, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub. New York.
- Kaplan, A. M. (2015). Social media, the digital revolution, and the business of media. *International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Karwati, L. (2017). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan kewirausahaan berbasis potensi alam setempat. *Jurnal Ilmiah Visi*, 12(1), 45–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JIV.1201.5>
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Peta gerakan literasi digital di Indonesia: studi tentang pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. *Informasi*, 47(2), 149–166.
- Rufaidah, E. (2017). Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Koperasi Unit Desa Berbasis Usaha Terbimbing. *Akademika: Jurnal Pemikiran Islam*, 22(2), 361. <https://doi.org/10.32332/akademika.v22i2.824>
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning. *Jurnal ASPIKOM*. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>
- Suryanti, S., & Wijayanti, L. (2019). Literasi Digital: Kompetensi Mendesak Pendidik Di Era Revolusi Industri 4.0. *EduStream: Jurnal Pendidikan*

Dasar, 2(1), 1–9.

Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). Literasi Teknologi Dan Literasi Digital Untuk Menumbuhkan Keterampilan Berwirausaha Bagi Kelompok Pemuda Di Kota Madiun. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1).