



## Kompetensi Literasi Digital Biarawan di Yogyakarta

*Heinrich Terra<sup>1</sup>, Olivia lewi Pramesti<sup>2</sup>*

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### INFORMASI ARTIKEL

Diterima: March, 20, 2024

Direvisi: June, 1, 2024

Tersedia: online: Desember, 9, 2024

### KATA KUNCI

Digital Literacy, Competencies, Japelidi, Monks, Generational Comparison

### KORESPONDENSI

E-mail: olivia.lewi@uajy.ac.id

### A B S T R A K

Digital literacy competence needs to be possessed by monks even though they experience limitations in the use of digital media in their daily lives. The purpose of this research is to determine the application of digital literacy competence among catholic monks of generations Y and Z. The theory used is the ten digital literacy competencies according to the Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) or Digital Literacy Activist Network. This research uses a qualitative descriptive method with a comparative study approach. The research subjects are catholic monks of the Ordo Fratrum Minorum (OFM) from generations Y and Z in the Community of St. Bonaventure Monastery, Yogyakarta. There are five monks who interviewed by author. The results show that monks of generation Y are only unable to apply collaborative competence, while monks of generation Z are unable to apply analytical, distributive, and collaborative competencies.

### PENDAHULUAN

Mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media komunikasi. Berdasarkan Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023 Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 78.19%. Masyarakat Indonesia juga mengakses informasi melalui *handphone* sebanyak 99.51% dan komputer sebanyak 7.37% (APJII, 2023).

Kehadiran beragam perangkat digital dapat meningkatkan komunikasi dan menciptakan inovasi layanan pendidikan serta kesehatan lintas geografis dan budaya, sebagai sarana pengembangan diri, rekreasi, serta penghubung bisnis dalam dunia maya (Krisnawati, 2021). Di sisi lain penggunaan perangkat digital dapat menjadi sarana terjadinya ujaran kebencian, penipuan daring, *cyber bullying*, dan hoaks (Mediaindonesia.com, 2021). Data Kementerian Komunikasi dan Informatika pada Januari-Maret 2023 menunjukkan bahwa 425 isu hoaks beredar

di media digital maupun *website*. Ditemukan juga bahwa terdapat 11.357 informasi hoaks beredar pada Agustus 2018 hingga 31 Maret 2023 (Kominfo, 2023). Maraknya isu hoaks mengharuskan pengguna perangkat digital menguasai kompetensi literasi digital.

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) berasumsi bahwa literasi digital tidak hanya sebatas kemampuan seseorang menguasai media digital, melainkan konsep yang mengarah pada mediasi antara audiens dengan teknologi digital secara produktif (Kurnia & Astuti dalam Kurnia, Nurhajati, & Astuti, 2020, h. 10-11). Japelidi merumuskan sepuluh kompetensi literasi digital yaitu mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi (Yuwono, dkk, 2018, h. 11).

Literasi digital memiliki peranan penting bagi agama Katolik. Berdasarkan Seri Dokumen Gerejawi No. 111 bagian C mengenai Surat Apostolik “Perkembangan Cepat” Bapa Suci

Yohanes Paulus II pada 24 Januari 2005 terkait pemanfaatan media didalamnya tertulis: "Gereja dengan sukarela menggunakan media ini untuk melengkapi informasi bagi dirinya sendiri dan untuk memperluas batas-batas evangelisasi, katekese dan pembinaan, dan memandang penggunaannya sebagai jawaban terhadap perintah Tuhan: "Pergilah ke seluruh dunia, beritakanlah Injil kepada segala makhluk" (Mrk. 16:15)"S (KWI, 2019, h. 53). Merujuk pada peran media dalam agama Katolik di atas, maka untuk mencapai tujuan tersebut umat Katolik memerlukan adanya pendidikan literasi digital.

Pembelajaran literasi digital menjadi penting bagi umat Katolik mengingat media digital khususnya media sosial memiliki potensi membawa dampak negatif. Berdasarkan Seri Dokumen Gereja No. 111 mengenai Gereja dan Internet menerangkan bahwa dampak negatif yang bisa ditimbulkan dari penggunaan media sosial dapat memusuhi iman dan moral kristen yang disebabkan oleh adanya gaya hidup postmodernisme, hadirnya ujaran kebencian antaragama, pornografi, dan kekerasan (KWI, 2019, 18-19). Oleh sebab itu, pendidikan literasi digital sangat diperlukan oleh umat Katolik dewasa ini.

Pentingnya isu literasi digital dalam Katolik juga ditegaskan oleh pernyataan dari pemimpin tertinggi umat Katolik dunia, Paus Fransiskus dan Paus Leo IV yang menyoroti dampak revolusi digital. Kekhawatiran Gereja Katolik adalah hadirnya konten-konten palsu yang akan menganggu moralitas umat Katolik. Konten-konten palsu ini dapat menganggu misi Gereja Katolik dalam menyebarkan kebaikan. Pemimpin tertinggi umat Katolik pun menegaskan bahwa hendaknya teknologi bermanfaat untuk kebaikan bersama bukan menjadi alat dominasi (Katolikana, 2025, Manik, 2025).

Gereja menggunakan perangkat digital secara aktif untuk menggembalakan domba-domba dalam kegiatan rohani maupun komunikasi secara *online* (Canton dalam Rukmono, Mulyanto, & Subali, 2023, h. 1684). Kondisi tersebut mengharuskan pengikut agama Katolik, seperti biarawan perlu cakap terhadap kompetensi literasi digital. Secara konkrit pemanfaatan media digital sudah dijalankan oleh Gereja Katolik pada masa pandemi COVID-19, seperti perayaan ekaristi, rosario, pengakuan

dosa, dan kegiatan lain dilakukan secara online melalui YouTube, Zoom, Google Meet, dan lainnya (Widyananda dalam Rukmono, Mulyanto, & Subali, 2023, h. 1677). Akan tetapi, penerapan kompetensi literasi digital masih sulit diterapkan oleh para biarawan.

Kesulitan yang dialami oleh para biarawan tidak terlepas dari hidup kaul dari tarekat yang diikutinya. Biarawan perlu menjalani kaul kemurnian, kemiskinan, dan ketaatan (Kitab Hukum Kanonik, Kanon 573 §2). Kaul kemiskinan mengharuskan biarawan menghayati hidup miskin sehingga menjadi tantangan untuk menggunakan media digital serta menerapkan kompetensi digital. Kaul tersebut bermakna bahwa biarawan perlu menghayati hidup miskin. Hal ini diatur pada Kitab Hukum Kanonik Kanon 600 yang berisi dengan nasihat injili kemiskinan orang mengikuti jejak Kristus yang meskipun kaya menjadi miskin demi kita. Nasihat injili kemiskinan berarti hidup miskin dalam kenyataan dan dalam semangat, hidup kerja dalam kesederhanaan dan jauh dari kekayaan dunia; di samping itu membawa serta ketergantungan dan pembatasan dalam hal penggunaan serta penentuan harta benda menurut peraturan hukum masing-masing tarekat. Kaul tersebut juga diterapkan oleh biarawan Ordo Fratrum Minorum (OFM) di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta. Penerapan kaul kemiskinan mengacu pada alat komunikasi biarawan dalam komunitas tersebut telah diatur dalam Anggaran Rumah Tangga Pendidikan (ARTP).

Pembatasan alat komunikasi biarawan OFM diatur pada ARTP tahun 2022 Pasal 15 tentang Alat Komunikasi ayat 1-4. Ayat 1 berbunyi "Saudara muda tidak diperbolehkan memiliki dan menggunakan *handphone* pribadi ataupun keluarga". Ayat 2 berbunyi "Rumah pendidikan menyediakan *handphone* komunitas untuk keperluan saudara muda". Ayat 3 berbunyi "Saudara muda tidak diperkenankan memiliki laptop, komputer, dan kamera pribadi. Komunitas dapat mengadakannya demi menunjang studi dan pengembangan bakat saudara muda". Adapun ayat 4 berbunyi "Penggunaan sarana informatika dan hiburan, khususnya televisi dan internet, hendaknya diatur dan disepakati dalam rapat komunitas". Maka

dari itu, biarawan OFM kesulitan dalam menerapkan kemampuan literasi digital.

Hasil prariset pada 8 Oktober 2023 dan 6 September 2023 menunjukkan biarawan OFM di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta masih menyesuaikan diri menggunakan media digital dengan kondisi pemakaian perangkat digital satu angkatan hanya diberikan satu *handphone*, kecuali bagi bruder dapat memegang perangkat tersebut tanpa batasan waktu. Lalu komputer dipakai secara bergantian dan dibatasi penggunaannya sampai jam 23.00 WIB.

Penelitian terdahulu berjudul “Literasi Digital Pelajar di Yogyakarta: Dari *Consuming* ke *Prosuming*” oleh Rianto, P & Sukmawati, A. I. (2021) menggunakan sepuluh kompetensi literasi digital dari Japelidi serta terbagi ke dalam empat kerangka menurut Lin, dkk, yakni *functional-consuming*, *functional-prosuming*, *critical-consuming* dan *critical-prosuming*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pelajar di Yogyakarta berumur 13-19 tahun dengan total responden sebanyak 60 orang. Hasil penelitian menunjukkan pola penggunaan media digital pelajar di Yogyakarta berada pada rentang tinggi untuk mengakses, cukup untuk indikator memproduksi dan mendistribusi, tetapi rendah pada indikator berpartisipasi dan berkolaborasi. Penelitian terdahulu lainnya membahas mengenai literasi digital dilakukan oleh Desi (2020) yang berjudul “Gerakan Literasi Digital Berbasis Sekolah: Implementasi dan Strategi”. Penelitian tersebut menggunakan metode campuran *embedded konkuren* dengan mempertemukan data kuantitatif dan kualitatif, serta sembilan elemen literasi digital Steve Wheeler untuk mengukur tingkat literasi digital pelajar SMP Karitas Ngaglik Sleman. Hasil penelitian menunjukkan tingkat literasi digital siswa-siswi SMP Karitas Ngaglik Sleman secara mayoritas berada pada level medium dan meraih skor terendah di elemen *repurposing content*, serta gerakan literasi digital di SMP tersebut hanya menerapkan tiga indikator yang mengacu pada standar Kemendikbud. Mengikuti pandangan Mayes dan Fowler maka gerakan literasi digital yang diterapkan sekolah tersebut hanya sampai pada level pertama *Digital Competence* dan level kedua *Digital Usage*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan kompetensi literasi digital biarawan

OFM antargenerasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta berdasarkan sepuluh kompetensi literasi digital Japelidi. Yuwono, dkk (2018, h. 11-16) menjelaskan sepuluh kompetensi tersebut yaitu, (1) mengakses, keterampilan teknis untuk melakukan interaksi di media baru; (2) menyeleksi, kemampuan individu untuk memilih maupun memilah informasi di media baru; (3) memahami, kemampuan individu untuk memahami makna pada media baru; (4) menganalisis, kemampuan individu dalam melakukan analisis konten di media baru; (5) memverifikasi, kemampuan individu untuk membandingkan informasi dengan tema yang sama dari sumber berbeda; (6) mengevaluasi, kemampuan individu menciptakan pertanyaan, kritik, menguji kredibilitas konten pada media baru; (7) mendistribusikan, kemampuan individu menyebarluaskan informasi kepada individu lain melalui internet; (8) memproduksi, kemampuan individu menciptakan informasi baru ke dalam bentuk konten secara tepat; (9) berpartisipasi, kemampuan individu untuk terlibat secara interaktif dan kritis dalam lingkup media baru; dan (10) berkolaborasi, kemampuan individu membuat konten pada media baru yang memiliki nilai kritis, sosial, budaya, ideologi, dan lainnya bersama dengan *stakeholder* lainnya secara bertanggung jawab.

Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan penerapan literasi digital biarawan berdasarkan perbedaan antargenerasi Y dan Z. Tapscott (2009) membagi generasi menjadi generasi *Pre-Baby Boom* (kelahiran sebelum tahun 1945), *The Baby Boom* (1946-1964), *The Baby Bust* atau generasi X (1965-1976), *The Echo of the Baby Boom* atau generasi Y (1977-1997), dan *Generation Net* atau generasi Z (1998-2008). Konseptualisasi penerapan literasi digital mengacu pada Lukman Ali (dalam Yandi, 2019, h. 3) yaitu praktik atau pemasangan dan juga dapat disebut sebagai pelaksanaan. Proses analisis penelitian mengacu pada penerapan sepuluh kompetensi literasi digital Japelidi pada biarawan OFM antargenerasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta.

## LITERATUR DAN METODOLOGI

### Literasi Digital

Literasi digital merupakan turunan dari literasi media. Menurut Potter (2021, h. 15-23) terdapat tiga elemen dasar yang membangun literasi media yaitu kompetensi atau kemampuan, lokus personal, dan struktur pengetahuan. Potter membagi elemen kompetensi atau kemampuan ke dalam tujuh bagian yakni analisis yaitu kemampuan dari individu untuk mengurai pesan yang diterima ke dalam elemen-elemen berarti. Kedua yaitu evaluasi, kemampuan individu untuk melakukan penilaian terhadap makna dari elemen-elemen informasi. Ketiga yakni pengelompokan, kemampuan individu untuk menentukan elemen yang serupa dan yang berbeda agar dikelompokkan ke dalam kategori yang berbeda. Keempat induksi, kemampuan individu untuk mengambil keputusan atas kompetensi pengelompokan lalu digeneralisasikan berdasarkan pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar. Kelima deduksi, kemampuan individu dalam menggunakan prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang sifatnya spesifik. Keenam sintesis, kemampuan untuk mengumpulkan elemen-elemen untuk menciptakan sebuah struktur baru. Terakhir yaitu abstraksi, kemampuan yang merujuk pada penciptaan deskripsi singkat, jelas, akurat untuk menggambarkan isi pesan secara singkat dari pesan aslinya. Ketujuh bagian dari kompetensi atau kemampuan tersebut dibuat oleh Potter (2021, h. 15-23) untuk menjelaskan mengenai kompetensi yang harus dimiliki oleh individu dalam menggunakan media.

Elemen kedua yakni lokus personal. Elemen ini mengarah pada interaksi yang dibangun oleh individu ke dalam individu lain maupun komunitas sehingga individu tersebut memiliki konsekuensi sosial. Ketika berhadapan dengan media baru, individu memiliki tiga posisi yaitu, individu virtual, individu yang termediasi, dan individu yang berjaringan (dalam hal berbagi dan kolaborasi dengan individu lain melalui media baru) (Bolter & Grusin, 1999 dalam Yuwono et al., 2018, h. 10-11).

Elemen ketiga yakni struktur pengetahuan. Menurut Potter (2021, h. 20) struktur pengetahuan merupakan kumpulan informasi yang terorganisir dalam memori setiap individu, apabila setiap informasi yang diterima individu

terorganisir dengan baik maka informasi tersebut akan berguna. Potter menjelaskan bahwa informasi merupakan unsur terpenting dalam struktur pengetahuan tetapi tidak semua informasi dapat menciptakan struktur pengetahuan. Literasi media diperlukan oleh individu agar membuatnya memiliki pengetahuan mengenai informasi dan dunia sosial.

Menurut Livingstone (2004, h. 5-8) literasi media terdiri dari empat kompetensi yakni mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan pembuatan konten. Keempat kompetensi tersebut memiliki sifat yang saling terhubung, seperti halnya untuk mempelajari konten maka individu harus memiliki kemampuan menganalisis, pada kemampuan analisis dan evaluasi akan menciptakan ruang baru bagi pengguna internet serta diperlukan kemampuan untuk mengakses.

Kompetensi mengakses merupakan kemampuan individu untuk menemukan dan menggunakan perangkat teknologi secara tepat sesuai kebutuhan. Kompetensi mengakses menjadi kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh setiap individu sebelum lanjut ke kompetensi selanjutnya. Kompetensi kedua yakni analisis yaitu kemampuan individu dalam menerapkan kemampuan menganalisis pesan media. Cara yang dapat dilakukan untuk menganalisis yaitu dengan memperhatikan penulis, sumber, tujuan, manfaat, bahasa, media, dan target audiens. Tujuan dari kompetensi menganalisis yakni agar pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Kompetensi selanjutnya yaitu evaluasi, Livingstone menjelaskan bahwa kompetensi ini menekankan kemampuan individu untuk berpikir kritis dengan melakukan verifikasi dan evaluasi terhadap informasi serta membuat penilaian terhadap kualitas maupun nilai dari konten media. Kompetensi terakhir yaitu pembuatan konten, kemampuan individu dalam membuat pesan dan membagikannya kepada pengguna sosial media lainnya. Kompetensi menjadikan individu dapat mengubah pesan menjadi pembuat dan juga sekaligus distributor media.

Peran media yang kompleks pada masyarakat membuat Silverblatt (2014) merumuskan tujuh elemen yang terdapat pada literasi media. Ketujuh elemen tersebut terdiri dari mengolah pemikiran kritis yang merupakan

kemampuan untuk mengembangkan pemikiran kritis agar mampu memahami lingkungan semakin banyak dibentuk oleh media. Kedua yakni memahami proses komunikasi massa, pada elemen ini memiliki kemampuan untuk memahami unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi massa. Ketiga yakni kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat. Keempat yakni kemampuan untuk mengembangkan analisis terhadap media, pada elemen ini individu mampu menguraikan informasi yang diterima melalui saluran komunikasi massa. Kelima yakni elemen menyadari bahwa berita merupakan “teks” yang dapat memengaruhi masyarakat. Elemen keenam yakni penghargaan terhadap isi dari media yang baik. Terakhir yakni kemampuan untuk menghasilkan pesan media yang efektif dan bertanggung jawab. Berdasarkan kompetensi dan elemen-elemen yang telah disampaikan oleh para ahli terkait literasi media maka hal ini memiliki kaitan erat dengan kemampuan individu ketika berhadapan dengan informasi di media digital. Melalui hal tersebut maka literasi digital pun perlu dimiliki oleh setiap individu. Oleh karena itu, berlandaskan dengan kemampuan dan elemen dari literasi media maka Japelidi menurunkan sepuluh kompetensi literasi digital.

Sepuluh kompetensi literasi digital tersebut di dalamnya terdiri dari mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi. Kesepuluh kompetensi tersebut merupakan sebuah keterampilan yang dapat dijadikan dasar oleh setiap individu serta dapat menjadi sebuah tahapan pada kemampuan kompetensi selanjutnya (Yuwono et al., 2018, h. 11-16).

Kompetensi pertama yakni mengakses. Kompetensi ini mengacu pada keterampilan teknis yang dibutuhkan oleh individu dalam melakukan interaksi di media baru. Kedua kompetensi menyeleksi. Kompetensi menyeleksi merupakan kemampuan individu dalam memilih maupun melakukan pemilihan terhadap informasi yang beredar secara luas di media baru. Setiap individu yang mampu melakukan seleksi akan memiliki tindakan untuk memilih informasi yang dibutuhkan maupun informasi yang salah. Ketiga, yaitu kompetensi memahami. Kompetensi ini mengacu pada kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk memahami makna

yang terdapat pada media baru. Adapun terkhusus pada individu perlu memiliki kemampuan untuk melakukan percobaan dengan kondisi lingkungannya dalam memecahkan masalah, melakukan tafsir dan membentuk model dinamis, agar mampu melakukan proses pemindaian terhadap informasi yang penting serta memiliki kemampuan untuk menangani banyaknya arus informasi dari berbagai media.

Kompetensi analisis, kompetensi ini memiliki fokus pada kemampuan individu dalam melakukan analisis konten yang terdapat di media baru. Kompetensi ini akan membuat individu sadar akan produksi konten, format pengembangan konten, dan pengguna ketika menganalisis pesan media. Kompetensi ini dapat dilihat berdasarkan kemampuan analisis teksual semiotika pada bahasa, jenis, kode, genre serta media. Kelima terdapat kemampuan memverifikasi. Kompetensi ini mengarah pada kecakapan individu dalam mengkombinasikan informasi dalam bentuk konten di media digital serta mengintegrasikannya melalui sudut pandang individu masing-masing dalam membangun kembali pesan media. Melalui kompetensi ini kemampuan individu secara konkret yakni mampu membandingkan informasi yang sama dari sumber berbeda.

Selanjutnya kompetensi mengevaluasi. Kompetensi ini akan melihat kemampuan individu untuk menciptakan pertanyaan, melakukan kritik, menguji kredibilitas konten pada media baru. Melalui kompetensi ini kemampuan dalam mengkritisi konten di media baru sangat diperlukan oleh individu sebagai pengguna. Lebih daripada itu, kemampuan melakukan evaluasi akan melibatkan proses pengambilan keputusan. Ketujuh kompetensi mendistribusikan. Kecakapan ini merupakan kemampuan individu dalam menyebarluaskan informasi kepada individu lain melalui internet. Kompetensi kedelapan adalah memproduksi. Kecakapan ini merupakan kemampuan individu untuk menduplikasi maupun menciptakan informasi baru ke dalam bentuk konten secara akurat dan jelas.

Kompetensi kesembilan berpartisipasi. Individu mampu berpartisipasi dan terlibat secara interaktif dan kritis dalam lingkup media baru. Selain itu, dalam kompetensi ini individu mampu berperan aktif dalam membagikan informasi secara bertanggung jawab melalui

media digital. Kompetensi terakhir berkolaborasi. Kompetensi ini mengharapkan individu mampu membuat konten pada media baru yang memiliki nilai kritis, nilai sosial, nilai budaya, ideologi, dan lainnya secara bersama-sama dengan pemangku kepentingan lainnya secara cerdas, tepat, dan bertanggung jawab.

### **Media Digital**

Media digital lahir dari adanya penemuan-penemuan teknologi infomasi seperti *handphone*, laptop, maupun komputer. Menurut Folkerts et al (Juditha & Darmawan, 2018, h. 94) media digital merupakan bentuk-bentuk dari media dan isi dari media tersebut yang dibuat oleh adanya perubahan teknologi. Kemunculan internet abad ke-21 menjadi salah satu wujud dari media digital. Kehadiran internet menciptakan sebuah kecanggihan yang luar biasa pada teknologi. Kecanggihan dunia teknologi saat itu ditandai dari berkembangnya istilah konvergensi media. Menurut Juditha & Darmawan (2018, h. 94) konvergensi media adalah percampuran antara dua media atau lebih dari media konvensional (cetak dan penyiaran) yang menciptakan kemudahan bagi penggunanya. Namun, jika dicermati terdapat perbedaan yang sangat jauh antara media konvensional dengan media digital.

Perbedaan media konvensional dan media digital dapat dilihat berdasarkan karakteristiknya. Menurut Mulyana (Herlina 2019, h. 124-125) terdapat sembilan perbedaan karakteristik media digital yakni (1) pengirim pesan, (2) bentuk interaksi, (3) khalayak, (4) waktu menerima pesan, (5) waktu produksi pesan, (6) proses penyaringan pesan, (7) tujuan memproduksi konten, (8) mekanisme kerja media, dan (9) jenis sponsor. Karakteristik penerimaan pesan, perbedaan media massa terletak di institusi media yang dapat mengirimkan pesan dari satu ke banyak, sedangkan pada media digital dari institusi atau perorangan (banyak ke banyak). Karakteristik kedua yaitu bentuk interaksi, media massa cenderung memiliki alur komunikasi satu arah jika dibandingkan dengan media digital yang dua arah.

Menurut Mulyana (Herlina 2019, h. 124) dari sisi khalayak, media massa memiliki khalayak yang tersebar secara geografis dan karakteristik berbeda dengan media digital yang

khalayaknya terdiri dari kelompok-kelompok kecil dengan karakter sama. Waktu penerimaan pesan, pada media massa waktu penerimaan pesan terjadi secara bersamaan, sedangkan pada media digital waktu penerimaan pesan tergantung pada waktu pengguna mengakses media. Karakteristik proses produksi pesan, media massa cenderung melibatkan banyak orang dan membutuhkan modal. Hal tersebut berbeda dengan media digital cenderung membutuhkan relatif lebih sedikit orang serta modal.

Karakteristik proses penyaringan pesan pun menjadi satu pembeda, pada media massa diperlukan proses penyuntingan khusus serta harus melalui beberapa tahap, sedangkan media digital pada proses penyuntingannya hampir sama sekali tidak terjadi atau apabila terjadi hanya pada membutuhkan proses lebih sedikit. Dari tujuan pun terdapat perbedaan karakteristik yakni, media massa mencari keuntungan finansial agar lebih dapat dikenal dan mendapatkan nama baik. Adapun tujuan dari media digital yaitu untuk mendapatkan perhatian serta pengakuan sosial, finansial, maupun nama baik.

Karakteristik kedelapan yaitu mekanisme kerja media, media massa melakukan pengiklanan atau sponsor membayar media sehingga media mampu mendapatkan keuntungan. Dalam konteks media digital, sponsor digunakan media untuk mendapatkan keuntungan dari konten yang diproduksi. Karakteristik terakhir yaitu jenis sponsor, media massa dan media digital memiliki kesamaan yakni dapat disponsori oleh produsen barang, jasa, pemerintah, organisasi politik, bahkan sampai pada media lain (Herlina, 2019, h. 124-125).

### **Karakteristik Antargenerasi Menggunakan Perangkat Digital**

Penggolongan manusia berdasarkan tahun kelahirannya terbagi menjadi beberapa kelompok generasi. Menurut Tapscott (2009, h. 16) pembagian generasi terbagi menjadi lima generasi yaitu generasi *Pre Baby Boom* (kelahiran sebelum tahun 1945), *The Baby Boom* (kelahiran tahun 1946-1964), *The Baby Bust* atau generasi X (kelahiran tahun 1965-1976), *The Echo of the Baby Boom* atau generasi Y (kelahiran tahun 1977-1997), dan Generation Net atau generasi Z

(kelahiran tahun 1998-2008). Kelima generasi tersebut memiliki karakteristik berbeda dalam menggunakan perangkat digital.

Menurut Ganggi (2018, h. 300) generasi X, Y, dan Z banyak digunakan untuk memberikan gambaran mengenai perilaku penggunaan teknologi sebab ketiga generasi tersebut memiliki kedekatan pada lahirnya teknologi baru. Generasi X lahir bersamaan dengan awal dari penggunaan PC (*Personal Computer*), video games, televisi kabel, serta internet (Suryono, 2019, h. 59). Momen kelahiran generasi X bertepatan dengan beberapa kemajuan perangkat teknologi sehingga pada waktu itu kehadiran *Music Television* (MTV) dan video games sangat digemari. Perkembangan internet pada zaman itu menyebabkan generasi X mulai berselancar di dunia maya. Berdasarkan hasil penelitian Arrochmah dan Nasionalita (2020, h. 35) menunjukkan generasi X menggunakan internet sebagai sarana hiburan. Kegemaran yang ditunjukkan oleh generasi X tersebut memiliki hubungan pada kemunculan perangkat digital dan internet di tahun kelahiran generasi tersebut.

Karakteristik selanjutnya yaitu generasi Y atau milenial memiliki kedekatan dengan komunikasi, media, serta teknologi digital. Menurut Suryono (2019, h. 60) individu yang berada pada generasi Y kerap menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, SMS, media sosial seperti Twitter dan Facebook, serta memiliki kegemaran untuk bermain *game online*. Ciri lain yang dimiliki oleh generasi Y yaitu memiliki sifat keterbukaan yang luas terhadap pola komunikasi jika dibandingkan dengan generasi X. Dampak dari keterbukaan tersebut membuat generasi Y memiliki sifat fanatik dalam menggunakan media sosial dan mudah terpengaruh dengan perkembangan teknologi. Maka dari itu, generasi Y memiliki pandangan terbuka terhadap ekonomi dan politik sehingga mereka dapat dilihat sebagai generasi yang reaktif terhadap perubahan lingkungan disekelilingnya (Suryono, 2019, h. 60).

Generasi selanjutnya yaitu Generation Net atau generasi Z yang dimiliki karakteristik hampir serupa dengan generasi Y. Kegiatan *multitasking* menjadi ciri khas generasi Z. Menurut Suryono (2019, h. 60) generasi Z mampu melakukan kegiatan men-tweet, memakai *handphone*, melakukan kegiatan browsing melalui laptop maupun PC, serta

mendengarkan musik melalui *headset*. Kegiatan yang dilakukan oleh generasi Z dalam memanfaatkan perangkat digital sebagian besar berhubungan dengan dunia maya.

Kemahiran generasi Z dalam menggunakan perangkat digital bermula dari kebiasaan dari masa kecil yang sudah dikenalkan dengan teknologi serta kecanggihan *gadget*. Generasi Z sering disebut sebagai generasi digital karena kemahirannya dalam menggunakan perangkat teknologi informasi dan bermacam-macam aplikasi komputer sehingga informasi yang berkaitan dengan pendidikan dan pribadi mudah serta cepat untuk diakses. Ciri terakhir yang dimiliki oleh generasi Z yaitu gemar untuk melakukan komunikasi melalui media sosial (Suryono, 2019, h. 60).

Berdasarkan teori di atas, maka konseptualisasi pada penelitian ini akan bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai penerapan kompetensi literasi digital dari para biarawan Ordo Fratrum Minorum (OFM) antargenerasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta. Menurut Lukman Ali (Yandi, 2019, h. 3) penerapan merupakan praktik, pemasangan, atau pelaksanaan. Berdasarkan hal tersebut, penerapan adalah sebuah usaha dari individu dalam melakukan sesuatu untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan. Maka dari itu, pada penelitian ini proses analisis penerapan literasi mengacu pada sepuluh kompetensi literasi digital menurut Japeldi.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sehingga menghasilkan data berbentuk deskriptif, memuat kata-kata lisan secara tertulis dan perilaku yang diamati pada subjek penelitian (Taylor et al., 2016, h. 7). Adapun metode studi komparasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan persamaan atau perbedaan mengenai manusia, kritik kepada orang, kelompok, terhadap sebuah ide atau prosedur kerja (Sudjud dalam Arikunto, 1996, h. 245).

Objek penelitian adalah Komunitas Biarawan Ordo Fratrum Minorum (OFM) Santo Bonaventura Yogyakarta. Subjek penelitian terdiri dari seorang biarawan generasi Y bernama Markus Meran (43). Adapun dari generasi Z terdiri dari empat informan yaitu Marianus Aventino Penabur (20), Yubiliano Bonaventura

Nabu Pandu (23), Fransiskus Huba (24), dan Leonardo Rikardo Soba (22). Pemilihan informan ini didasarkan pada biarawan yang memenuhi usia generasi Y dan Z, dan merupakan anggota dari Komunitas Biarawan OFM. Di komunitas biarawan tersebut, anggotanya hanya berasal dari generasi Y dan Z. Sementara itu, pemilihan komunitas ini didasarkan pada keunikan aturan komunitas yang membatasi penggunaan teknologi digital. Memang penelitian ini belum melakukan penyelidikan mendalam tentang komunitas biarawan lainnya terkait penggunaan teknologi digital ini, dan ini diakui peneliti sebagai keterbatasan penelitian. Sebagai informasi, semua informan penelitian sudah mengisi *informed consent* dan bersedia disebutkan namanya dalam artikel.

Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* sehingga penentuan subjek bermula dari yang kecil lalu jumlahnya membesar (Sugiyono, 2013, h. 85). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif golongan partisipasi pasif dan wawancara semiterstruktur. Metode analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman yang terbagi menjadi tiga yaitu reduksi data, analisis data, dan kesimpulan (Sugiyono, 2013, h. 247-252). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk mendapatkan data kredibel. Triangulasi sumber merupakan teknik pengumpulan data dari sumber yang berbeda-beda menggunakan teknik yang sama (Sugiyono, 2013, h. 241). Peneliti menggunakan triangulasi teknik dalam mengumpulkan data yaitu observasi partisipatif golongan partisipasi pasif, wawancara mendalam kepada setiap subjek penelitian untuk mendapatkan data kredibel terkait penerapan literasi digital para biarawan Ordo Fratrum Minorum (OFM) antargenerasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta, dan studi literatur.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penerapan Kompetensi Literasi Digital Biarawan**

Penerapan sepuluh kompetensi literasi digital menurut Japelidi pada Biarawan OFM di Komunitas Santo Bonaventura Yogyakarta, baik generasi Y maupun generasi Z yakni sebagai berikut. Berdasarkan Tabel 1 dan 2, para biarawan Ordo Fratrum Minorum (OFM) di

Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta telah menerapkan beberapa kompetensi literasi digital yang dicetuskan oleh Japelidi. Japelidi mencetuskan sepuluh kompetensi literasi digital yang dapat dimiliki oleh setiap individu. Sepuluh kompetensi tersebut yakni mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi (Yuwono et al., 2018, h. 11). Berdasarkan Tabel 1 dan 2, hanya terdapat sembilan kompetensi literasi digital yang mampu diterapkan oleh biarawan generasi Y. Kesembilan kompetensi literasi digital tersebut yaitu mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, dan berpartisipasi. Kompetensi yang belum mampu diterapkan oleh biarawan generasi Y yaitu kemampuan berkolaborasi.

**Tabel 1**  
*Sepuluh kompetensi literasi digital Japelidi biarawan generasi Y menurut Markus (43)*

Kompetensi	Penjelasan
Mengakses	Memiliki keterbatasan menggunakan perangkat IT seperti komputer serta perlu belajar secara autodidak sehingga merasa dirinya <i>gaptek</i> (gagap teknologi). Selain itu, mesin pencarian yang digunakan adalah Google dan website kampus untuk mengakses jurnal.
Menyeleksi	Melakukan seleksi informasi dengan menyesuaikan tujuan utama yakni seperti pendidikan, hiburan, dan musik. Selain itu dalam menyeleksi informasi terutama melihat siapa penulis informasi dan kepada siapa informasi dibuat serta melihat asal lembaga informasi agar terhindar dari provokasi.
Memahami	Cara yang dilakukan untuk memahami informasi yakni dengan melihat penulis serta mengandalkan sumber terpercaya. Selain hal tersebut, juga dijelaskan oleh informan bahwa tidak memiliki ketertarikan pada informasi berupa video dikarenakan tingkatan usia.
Menganalisis	Kompetensi menganalisis dilakukan dengan cara mencerna bahasa yang digunakan secara bijaksana seperti penerapan 5W 1H. Selain itu, berdasarkan genre, informan belum mampu menerapkannya dengan baik.
Memverifikasi	Cara yang dilakukan oleh informan melihat asal lembaga pemberi informasi agar dapat dipercaya. Bagi informan, informasi yang dapat dipercaya memiliki kriteria mudah dimengerti dan dipahami.
Mengevaluasi	Informan menerapkan kompetensi mengevaluasi dengan cara mengkritisi berita dan melakukan komentar pada informasi.
Mendistribusikan	Informan melakukan distribusi informasi melalui media digital dengan tema pastoral dan katakese. Media yang digunakan adalah WhatsApp.
Memproduksi	Informan memproduksi informasi berupa video pembelajaran dalam cerita bergambar bertema katakese kepada anak sekolah.
Berpartisipasi	Informan bergabung dengan komunitas <i>online</i> di Facebook secara aktif memberikan masukan serta perbaikan melalui komentar.

Berkolaborasi	Informan belum mampu melakukan kegiatan berkolaborasi untuk menciptakan sebuah informasi baru.
---------------	--

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Tabel 2

Rangkuman sepuluh kompetensi literasi digital Japelidi biarawan generasi Z

Kompetensi	Penjelasan	Informan
Mengakses	Penggunaan perangkat digital seperti <i>handphone</i> dan komputer frater masih dibatasi.	Semua informan generasi Z
	Masih gagap teknologi dalam mengakses internet karena internet bukan keseharian seorang frater.	Marianus (20)
	Menggunakan Google untuk mencari informasi sedangkan hiburan melalui YouTube.	Leonardo (22)
Menyeleksi	Hanya mengonsumsi informasi yang menurutnya penting saja.	Marianus (20)
	Mengacu ke sumber-sumber penting dan melihat <i>rating</i> .	Yubiliano (23)
	Membaca informasi dengan memperhatikan lembaga yang mempublikasikan berita tersebut.	Leonardo (22)
	Melihat komentar dan melakukan perbandingan.	Fransiskus (24)
Memahami	Mengalami kesulitan dalam memahami informasi di media digital.	Marianus (20)
	Tidak sekadar memahami namun juga harus mengetahui asal usul fenomena yang terjadi.	Fransiskus (24)
	Mengandalkan sumber-sumber terpercaya untuk memahami dan mempercayai isi berita.	Leonardo (22)
	Menghindari judul yang provokatif dan mengonsumsi serta memahami berita yang benar-benar saja.	Yubiliano (23)
Menganalisis	Apabila ada sumber yang menggunakan bahasa Inggris dan sulit dimengerti maka akan mencari arti dari kata tersebut.	Fransiskus (24)
	Melakukan analisis berdasarkan genre.	Yubiliano (23)
	Apabila informasi yang sudah menjadi keseharian dan kebiasaan olehnya maka akan menjadi sebuah informasi yang baik dan diterima	Marianus (20)
Memverifikasi	Tidak cukup dengan satu informasi melainkan dari berbagai sumber dan memperhatikan sumber informasi yang telah terverifikasi.	Marianus (20)
	Melihat kesamaan informasi pada beberapa media berita ternama dan terverifikasi yang menyebarkan informasi tersebut.	Yubiliano (23)
	Menggunakan kata kunci untuk memastikan dan melihat kesamaan informasi.	Fransiskus (24)
	Mencari sumber lain untuk membandingkan berita tersebut, seperti Kompas dan YouTube.	Leonardo (22)
Mengevaluasi	Memberikan penilaian terhadap informasi melalui kolom komentar.	Yubiliano (23)

	Biasanya mengevaluasi materi perkuliahan dengan video pembelajaran di YouTube untuk menjadi acuan belajar.	Marianus (20)
Mendistribusikan	Pasif dalam membagikan informasi.	Marianus (20) Yubiliano (23) Fransiskus (24)
Memproduksi	Mengirim tulisannya kepada media. Namun, tidak semua tulisan yang dikirim berhasil diterbitkan.	Marianus (20)
	Memproduksi informasi berupa video katekese.	Yubiliano (23)
	Menggunakan TikTok untuk mencurahkan perasaan sebagai rekreasi pribadi.	Fransiskus (24)
	Menggunakan Instagram untuk memproduksi pesan.	Leonardo (22)
Berpartisipasi	Menegur secara langsung teman yang mengirimkan informasi tidak sesuai pada grup WhatsApp yang diikuti olehnya.	Marianus (20)
Berkolaborasi	Mengikuti komunitas di Facebook dan hanya ikut berkomentar.	Yubiliano (23)
	Mengikuti komunitas di Instagram hanya turut menyukai dan berkomentar.	Leonardo (22)

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Kompetensi berkolaborasi merupakan kemampuan individu untuk menciptakan konten di media digital melalui komunitas maupun *online group* yang diikuti oleh individu. Menurut Japelidi, kompetensi ini memiliki arti bahwa kemampuan individu untuk menciptakan konten di media digital yang berkaitan dengan pemahaman kritis serta mengacu pada nilai-nilai sosial budaya dan ideologi (Yuwono et al., 2018, h. 15-16). Biarawan OFM generasi Y pada komunitas belum dapat menerapkan kompetensi tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa biarawan tersebut hanya mampu terlibat memberi masukan berupa komentar pada komunitas *online* di Facebook.

Penerapan kompetensi literasi digital pada biarawan generasi Z di komunitas tersebut memiliki perbedaan dari generasi sebelumnya. Biarawan generasi Z hanya mampu menerapkan tujuh kompetensi literasi digital yang dikemukakan oleh Japelidi. Ketujuh kompetensi tersebut melengkapi mengakses, menyeleksi, memahami, memverifikasi, mengevaluasi, memproduksi, dan berpartisipasi. Adapun kompetensi yang belum diterapkan oleh biarawan generasi Z adalah kompetensi menganalisis, mendistribusikan, dan berkolaborasi. Persamaan kompetensi yang belum diterapkan oleh biarawan OFM generasi Y dan Z pada Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta yakni berkolaborasi.

Jika biarawan generasi Y memiliki keterlibatan pada komunitas maupun *online group* hanya sebatas memberi masukan melalui komentar, sedangkan pada biarawan OFM generasi Z hanya mampu melakukan kegiatan menyukai sebuah konten informasi yang ada di komunitas ataupun *online group* yang diikuti.

Kompetensi lain yang belum diterapkan oleh biarawan OFM generasi Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta yakni menganalisis. Kompetensi menganalisis yang dilakukan oleh biarawan OFM generasi Z terlihat jelas pada aspek kemampuan untuk menganalisis *genre*. Kemampuan menganalisis genre yang dimiliki oleh biarawan OFM generasi Z hanya menerima informasi yang memiliki kedekatan dengan keseharian dan kebiasaan. Maka kompetensi menganalisis tidak diterapkan dengan baik yang menekankan individu mampu memiliki kemampuan untuk menyadari proses produksi konten dan mengurai elemen-elemen konten informasi. Menurut Yuwono et al., (2018, h. 13) kompetensi menganalisis mengacu pada kemampuan individu untuk sadar akan produksi konten, format pengembangan konten, dan pengguna ketika mendekonstruksi pesan media. Kompetensi ini dapat dilihat berdasarkan kemampuan analisis teksual semiotika pada bahasa, jenis, kode, genre serta media. Selain itu, dalam konteks media individu dapat dikatakan menguasai kemampuan menganalisis apabila sudah dapat menguraikan informasi ke dalam sebuah elemen-elemen sehingga mampu menimbulkan makna. Hal ini disampaikan oleh Potter (2021, h. 16) yang menyatakan bahwa ketika seorang individu menjumpai pesan-pesan media, maka dapat menerima pesan-pesan tersebut di permukaan atau menggali lebih dalam pesan itu sendiri dengan mengidentifikasi komponen-komponennya dan memeriksa komposisi komponen-komponen yang membentuk pesan tersebut. Merujuk pengertian tersebut, maka kemampuan mengidentifikasi komponen-komponen dari informasi yang diterima belum diterapkan oleh para biarawan OFM generasi Z di komunitas biara tersebut dalam menganalisis konten informasi.

Kompetensi terakhir yang belum diterapkan oleh biarawan OFM generasi Z yakni mendistribusikan.

Kemampuan mendistribusikan merupakan kemampuan untuk memberikan konten informasi kepada orang lain

melalui perangkat digital. Kompetensi mendistribusikan diartikan sebagai kemampuan individu dalam menyebarkan informasi yang ada di tangannya (Yuwono et al., 2018, h. 14). Biarawan OFM generasi Z pada Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta memiliki sifat pasif dalam membagikan informasi kepada orang lain melalui perangkat digital seperti *handphone* maupun komputer. Biarawan OFM generasi Z tersebut menunjukkan bahwa belum menerapkan kemampuan mendistribusikan konten informasi. Pada Tabel 3 menjelaskan komparasi digital biarawan dari generasi Y dan Z.

**Tabel 3**

*Hasil Komparasi Pemetaan Kompetensi Literasi Digital Antargenerasi di Komunitas Biarawan OFM*

Kompetensi	Generasi Y	Generasi Z
Mengakses	✓	✓
Menyeleksi	✓	✓
Memahami	✓	✓
Menganalisis	✓	–
Memverifikasi	✓	✓
Mengevaluasi	✓	✓
Mendistribusikan	✓	–
Memproduksi	✓	✓
Berpartisipasi	✓	✓
Berkolaborasi	–	–

Sumber: Data Primer, 2024

### Komparasi Penerapan Kompetensi Literasi Digital Biarawan Antargenerasi

Berdasarkan analisis ditemukan adanya persamaan dan perbedaan yang dimiliki oleh biarawan OFM antargenerasi Y dan Z dalam menerapkan kompetensi literasi digital menurut Japelidi. Perbedaan dan persamaan dari penerapan yang ditemukan peneliti terlihat dari adanya jenjang perbedaan tahun kelahiran antara biarawan OFM generasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta. Tapscott (2009, h. 16) membagi manusia berdasarkan tahun kelahirannya *The Echo of the Baby Boom* atau generasi Y (kelahiran tahun 1977-1997), dan *Generation Net* atau generasi Z (kelahiran tahun 1998-2008). Berdasarkan pembagian

tersebut terdapat perbedaan karakteristik dari kedua generasi tersebut dalam menggunakan perangkat digital (Suryono, 2019, h. 60). Melalui karakteristik tersebut membawa perbedaan antara generasi Y dan Z ketika menerapkan kompetensi literasi digital di antara biarawan OFM.

Biarawan OFM generasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta mampu menerapkan kompetensi mengakses. Namun, pada kompetensi ini biarawan OFM generasi Y di komunitas tersebut masih memiliki keterbatasan dalam hal penggunaan perangkat *Information Technology* (IT). Hal serupa juga ditemukan pada biarawan OFM generasi Z yang mengalami *gaptek* untuk mendapatkan informasi. Tentu dalam hal ini biarawan OFM generasi Y dan Z memiliki sebuah keunikan yang mana mereka tidak memiliki kesesuaian terhadap karakteristik generasi Y dan Z pada umumnya yang bukan seorang biarawan. Menurut Suryono (2019, h. 60) generasi Y atau milenial sudah seharusnya memiliki kedekatan dengan perangkat digital karena pada rentang kelahiran generasi tersebut dunia teknologi sedang mengalami perkembangan pesat. Adapun karakteristik antara generasi Y dan Z hampir serupa dalam penguasaan perangkat digital karena sedari kecil sudah terbiasa menggunakan perangkat digital, keunikan yang menjadi pembeda terletak pada kemampuan *multitasking*.

Berdasarkan karakteristik generasi Y dan Z pada umumnya maka sudah seharusnya biarawan OFM di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta generasi Y dan Z memiliki kemampuan terhadap penggunaan perangkat digital. Namun, kenyataannya biarawan OFM generasi Y dan Z di komunitas tersebut masih memiliki keterbatasan dan *gaptek* ketika menggunakan perangkat teknologi untuk memenuhi kompetensi literasi digital mengakses dari Japelidi. Keterbatasan dan *gaptek* tersebut disebabkan oleh adanya pembatasan penggunaan perangkat digital secara khusus pada biarawan OFM generasi Z, sehingga berpengaruh pada kemampuan mengakses. Kompetensi mengakses menurut Japelidi yaitu, serangkaian keterampilan teknis untuk melakukan interaksi di media digital (Yuwono et al., 2018, h. 11-12). Kemampuan mengakses memiliki sifat yang dinamis sehingga dapat berpengaruh pada kemampuan lainnya

dalam hal penerimaan informasi dari media digital. Menurut Livingstone kegiatan mengakses pada konteks literasi media merupakan proses dinamis dan sosial yang secara terus-menerus sehingga dapat dilihat kualitas berkelanjutan dari layanan penyediaan akses dan konten media (Restianty, 2018, h. 81). Oleh karena itu, dalam hal ini kompetensi mengakses menjadi kemampuan yang dapat menentukan individu dalam menggunakan perangkat digital.

Komparasi lainnya ditemukan pada kompetensi literasi digital memahami. Biarawan OFM generasi Y di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta telah menerapkan kompetensi memahami tetapi biarawan OFM generasi Y tidak menyukai informasi berupa video. Hal tersebut dikarenakan adanya pengaruh usia pada biarawan OFM generasi Y. Hal tersebut memperjelas adanya perbedaan dari biarawan OFM generasi Y dengan generasi Y di luar biarawan seperti dalam pemahaman berikut. Menurut Suryono (2019, h. 60) generasi Y kerap menggunakan dan menyukai teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, SMS, media sosial seperti Twitter dan Facebook, serta menyukai *game online*.

Kompetensi memahami yang berbeda juga dialami oleh biarawan OFM generasi Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta. Biarawan OFM generasi Z memiliki kesusahan dalam memahami informasi pada perangkat digital. Kesusahan memahami informasi tersebut menunjukkan bahwa biarawan OFM generasi Z belum mampu menggunakan kemampuan berpikir kritis ketika memahami informasi di media digital. Keterampilan berpikir kritis membuat individu mampu melibatkan dirinya dalam memilih informasi dan menafsirkan informasi yang telah diterima melalui media, kemampuan ini masuk dalam kompetensi literasi media (Silverblatt et al., 2014, h. 4). Pengertian tersebut memiliki arti agar setiap individu perlu memahami informasi yang diterima secara tepat. Lebih dari itu, biarawan OFM generasi Z di komunitas tersebut memiliki perbedaan dengan generasi Z di luar komunitas biara yang dapat memanfaatkan perangkat digital untuk memenuhi kebutuhan informasi pendidikan dan pribadi dengan cepat serta mudah. Hal tersebut dikemukakan oleh Suryono (2019, h. 60) bahwa karakter generasi Z memiliki kemahiran menggunakan teknologi

informasi dan bermacam-macam aplikasi sehingga sudah mampu mendapatkan dan memahami informasi secara cepat dan mudah.

Komparasi selanjutnya pada kompetensi mendistribusikan. Biarawan OFM generasi Y di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta mampu mendistribusikan informasi yang ada ditangannya dengan baik seperti membagikan kegiatan bertema pastoral maupun katakese melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Tiktok. Melalui kemampuan yang dimiliki oleh biarawan OFM generasi Y di komunitas tersebut tidak terdapat perbedaan dengan generasi Y pada umumnya. Perbedaan justru terjadi pada biarawan OFM generasi Z yang pasif dalam membagikan informasi kepada orang lain melalui perangkat digital.

Sifat pasif dalam penerapan literasi digital yang diterapkan oleh biarawan OFM generasi Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta tentu dapat dikatakan belum mampu menerapkan kompetensi distribusi. Kompetensi mendistribusikan adalah kemampuan individu dalam menyebarkan informasi yang ada di tangannya (Yuwono, dkk., 2018, h. 14). Melalui pengertian tersebut maka biarawan OFM generasi Z secara jelas belum mampu menerapkan kemampuan tersebut dan berbeda dengan karakteristik generasi Z pada umumnya. Suryono (2019, h. 60) menjelaskan karakteristik generasi Z dalam menggunakan perangkat teknologi informasi mencakup kegiatan men-tweet, menggunakan *handphone*, melakukan kegiatan pencarian informasi melalui laptop atau komputer, memberikan informasi kepada orang lain, dan mendengarkan musik melalui *headset*. Berdasarkan karakteristik tersebut, maka secara jelas biarawan OFM generasi Z memiliki perbedaan dalam menggunakan perangkat informasi digital.

Komparasi yang memiliki persamaan pada biarawan OFM antargenerasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta telah menerapkan kompetensi memproduksi. Kesamaan penerapan kompetensi memproduksi terletak pada konten informasi yang dibuat oleh biarawan OFM generasi Y dan Z berkaitan dengan tema katakese. Menurut Soravito, katakese merupakan bentuk komunikasi Sabda Allah yang bertujuan untuk memperdalam dan mematangkan iman individu dan komunitas kristen (Harmansi, & Habur, 2022, h. 89).

Berdasarkan pengertian tersebut maka biarawan OFM generasi Y dan Z hanya melakukan produksi konten informasi yang sesuai dengan kapasitas mereka sebagai biarawan. Adapun untuk memberikan pengajaran katakese individu perlu memiliki pengetahuan yang memadai tentang Kitab Suci, teologi, sosiologi, psikologi, dan ilmu komunikasi (Harmansi, & Habur, 2022, h. 90). Konteks tersebut memberikan jawaban terhadap karakteristik biarawan OFM generasi Y dan Z di komunitas tersebut dengan individu di luar biarawan.

Kompetensi yang dilakukan oleh biarawan OFM generasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta sudah sesuai dengan karakteristik generasi Y dan Z di luar biarawan. Menurut Suryono (2019, h. 60) karakteristik yang dimiliki oleh generasi Y dan Z hampir serupa di mana kedua generasi ini memiliki sifat fanatik dan mudah terpengaruh dengan perkembangan teknologi di dalamnya mencakup pemakaian media sosial dalam kehidupan sehari-hari, tetapi yang menjadi pembeda pada generasi Z dan menjadi ciri khas yakni kemampuan *multitasking*. Mengacu pada konsep tersebut kegiatan memproduksi konten informasi pada biarawan OFM di komunitas tersebut hanya sebatas katakese yang menjadi kapasitas mereka. Hal ini selaras dengan survei Literasi Digital pada tahun 2020 yang menunjukkan tokoh agama menjadi salah satu sumber informasi yang dipercaya oleh masyarakat Indonesia (Kominfo, 2020, h. 25). Berdasarkan data tersebut maka penerapan kompetensi memproduksi sudah dijalankan dengan baik oleh para biarawan OFM di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta. Konsep memproduksi oleh Japelidi merupakan kemampuan individu untuk menduplikasi maupun menciptakan informasi baru ke dalam bentuk konten secara akurat dan jelas (Yuwono et al., 2018, h. 14-15). Selain sudah selaras dengan konsep kompetensi literasi digital, kemampuan memproduksi konten para biarawan OFM di komunitas tersebut sudah sesuai dengan konsep literasi media. Silverblatt, dkk (2014, h. 6) menegaskan bahwa dalam melakukan produksi pada media, komunikator media perlu menyadari tantangan dan tanggung jawab untuk menghasilkan sebuah tayangan yang bijaksana dan melayani kepentingan publik. Maka dari itu, konten informasi yang diproduksi

dengan tema katakese sudah masuk ke dalam bentuk untuk menghasilkan tayangan secara bijaksana dan melayani kepentingan publik dalam konteks ini adalah umat.

Perbedaan penerapan kompetensi literasi digital biarawan OFM generasi Y dan Z pada Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta disebabkan oleh adanya perbedaan jenjang pendidikan. Perbedaan jenjang pendidikan menunjukkan bahwa biarawan OFM generasi Y lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi Z. Biarawan OFM generasi Y telah mengembangkan pendidikan sampai tingkat Sekolah Pascasarjana (S2). Adapun pada biarawan OFM generasi Z saat ini sedang menempuh pendidikan untuk mendapatkan gelar sarjana (S1). Biarawan OFM generasi Y memiliki kemampuan lebih unggul terhadap penerapan kompetensi literasi digital jika dibandingkan dengan biarawan generasi Z. Hal tersebut terbukti bahwa biarawan OFM generasi Y mampu menerapkan sembilan kompetensi literasi digital selain kompetensi berkolaborasi menurut Japelidi. Jika dibandingkan dengan biarawan OFM generasi Z hanya mampu menerapkan tujuh kompetensi. Kompetensi yang belum mampu diterapkan adalah menganalisis, mendistribusikan, dan berkolaborasi. Maka dari itu, jenjang pendidikan menjadi faktor perbandingan dari penerapan kompetensi literasi digital pada biarawan OFM di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta.

Selain pendidikan, latar belakang daerah para biarawan OFM generasi Y dan Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta turut menjadi pembahasan. Biarawan OFM generasi Y dan Z memiliki kesamaan asal provinsi yaitu dari Nusa Tenggara Timur (NTT). NTT menjadi salah satu provinsi yang memiliki adanya keterbatasan infrastruktur pada bidang komunikasi. Data dari Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022 menunjukkan bahwa pulau Bali dan NTT menjadi pulau ketiga terendah dengan total presentase 16,73% pada tahun 2022 berdasarkan kategori rumah tangga yang memiliki perangkat komputer (Sutarsih & Maharani, 2022, h. 7). Selain komputer, berdasarkan data dari Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022 perangkat telepon seluler di provinsi NTT menjadi kedua terendah setelah Papua dengan presentase sebesar 52,37%. Mengacu pada kedua data tersebut melalui

perangkat digital yang digunakan menunjukkan bahwa NTT menjadi provinsi dan pulau terendah dalam kepemilikan komputer dan telepon seluler. Hal lain yang menjadi salah satu keprihatinan bahwa fasilitas internet di provinsi NTT masih rendah.

Berdasarkan Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023 menunjukkan bahwa NTT menjadi pulau dengan tingkat penetrasi internet terendah kedua di Indonesia yang memiliki presentasi sebesar 72,32% dan tingkat kontribusi sebesar 3,65%. Mengacu pada data-data tersebut pulau NTT menjadi salah satu provinsi terendah dari segi kepemilikan perangkat digital maupun internet jika dibandingkan dengan pulau dan provinsi lainnya di Indonesia. Hal tersebut menjadi penyebab para biarawan OFM yang berada pada generasi Y maupun Z di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta memiliki keterbatasan terhadap penerapan literasi digital.

## SIMPULAN

Literasi digital menjadi kemampuan penting di kalangan biarawan. Kendati biarawan memiliki keterbatasan waktu untuk mengakses media, namun kemampuan literasi digital tidak bisa dipisahkan di era digital ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kemampuan literasi digital antara biarawan di kalangan Generasi Y dan Z. Generasi Y memiliki kemampuan literasi untuk mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, dan berpartisipasi. Sementara itu, Generasi Z memiliki kemampuan untuk mengakses, memilih, memahami, memverifikasi, memproduksi, dan berpartisipasi.

Perbedaan penerapan kompetensi tersebut disebabkan oleh adanya faktor pendidikan dan latar belakang daerah para biarawan OFM. Faktor pendidikan menunjukkan bahwa biarawan OFM generasi Y lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi Z. Faktor kedua yang memengaruhi penerapan literasi digital para biarawan OFM adalah asal provinsi yang sama yaitu NTT. Berdasarkan data provinsi NTT memiliki keterbatasan terhadap kepemilikan perangkat digital maupun jangkauan internet yang rendah jika dibandingkan dengan provinsi lain. Latar belakang daerah juga turut menjadi penyebab biarawan OFM di Komunitas Biara

Santo Bonaventura Yogyakarta mengalami kendala dalam menerapkan kompetensi literasi digital.

Saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kompetensi literasi digital dapat menggunakan maupun menggabungkan dua teori kompetensi literasi digital menurut Tibor Koltay, Douglas A.J. Belshaw, Bawden, dan Steve Wheeler. Sementara itu saran praktis bagi para biarawan OFM di Komunitas Biara Santo Bonaventura Yogyakarta dapat mengikuti pelatihan mengenai literasi digital untuk meningkatkan kecapakan digital mereka. Harapannya, para biarawan memiliki kesadaran, sikap, dan kemampuan untuk menggunakan alat digital secara tepat untuk memenuhi kemampuan pada kompetensi literasi digital sehingga misi Gereja Katolik dalam merangkul teknologi untuk misi menyebarkan perdamaian bisa terpenuhi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apjii.or.id. (2023). *Survei Penetrasi & Perilaku Internet 2023*. Apjii.or.id. Retrieved from <https://survei.apjii.or.id/survei/2023>
- Arikunto, S. (1996). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arrochmah, N. P. & Nasionalita, K. (2020). Kesenjangan Digital Antara Generasi X dan Y di Pemerintahan Provinsi DKI Jakarta. *Diakom*, 3(1), 26-39. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/369378-the-digital-divide-between-x-and-y-gener-asfb57449.pdf>
- Dewan Pendidikan dan Studi. (2022). Anggaran Rumah Tangga Pendidikan (ARTP).
- Desi, Y. P. (2020). Gerakan Literasi Digital Berbasis Sekolah: Implementasi dan Strategi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 51-59. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/3510>
- Ganggi, R. I. P. (2018). Mempersiapkan Pustakawan Multitasking untuk Melayani Pemustaka Generasi Z. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(3), 299-305. Retrieved from <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3677/2057>
- Harmansi, S. E., & Habur, A. M. (2022). Arah dan Praktik Katakeze Umat Keuskupan Ruteng Abad ke-21. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 14 (2), 88-107. Retrieved from <https://unikastpaulus.ac.id/jurnal/index.php/jpkm/article/download/897/617/>
- Herlina, D. (2019). *Literasi Media Teori dan Fasilitasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Juditha, C., & Darmawan, J. J. (2018). Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 2(22), 91-105. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/272787/use-of-digital-media-and-political-participation-milenial-generation-penggunaan#cite>
- Katolikana, R. (2025, Mei 2025). Komunikasi yang Membebaskan: Seruan Profetik Paus Leo IV di Era Perang Kata. Retrieved from <https://www.katolikana.com/2025/05/15/komunikasi-yang-membekaskan-seruan-profetik-paus-leo-xiv-di-era-perang-kata/>.
- Kitab Hukum Kanonik. (2016). Bogor: Mardi Yuana.
- Kominfo. (2020). *Status Literasi Digital Indonesia Survei di 34 Provinsi*. Retrieved from <https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Survei-Literasi-Digital-Indonesia-2020.pdf>.
- Kominfo.go.id. (2023, 6 April). *Triwulan Pertama 2023, Kominfo Identifikasi 425 Isu Hoaks*. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id/content/detail/48363/siaran-pers-no-50hmkominfo042023-tentang-triwulan->

- pertama-2023-kominfo-identifikasi-425-isu-hoaks/0/siaran\_pers
- Konferensi Waligereja Indonesia (KWI). (2019). *Gereja dan Internet; Etika dalam Internet; Perkembangan Cepat*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Krisnawati, E. (2021, September 19). *Apa Dampak Positif dan Negatif dari Penggunaan Internet?*. Retrieved from <https://tirto.id/apa-dampak-positif-dan-negatif-dari-penggunaan-internet-gfZs>
- Kurnia, N., Nurhajati., & Astuti, S. I. (2020). Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM. Retrieved from <https://www.lspr.edu/lppm/wp-content/uploads/2021/06/Ebook-KolaborasiJapelidi-LawanHoaksCOVID19-2020.pdf>.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14. Retrieved from <https://eprints.lse.ac.uk/1017/1/MEDIALITERACY.pdf>
- Manik, L. (2025, Mei 11). Paus Leo IV Soroti Ancaman AI terhadap Umat Manusia. Retrieved from <https://www.idntimes.com/news/world/paus-leo-xiv-soroti-ancaman-kecerdasan-buatan-terhadap-umat-manusia-c1c2-01-tffwg-smqvsx>
- Mediaindonesia.com. (2021, December 17). *Literasi Digital dan Tantangan Menuju Masyarakat Digital*. Retrieved from <https://mediaindonesia.com/infografis/458504/literasi-digital-dan-tantangan-menuju-masyarakat-digital#:~:text=Sejumlah%20dampak%20negatif%20dari%20kurangnya,mengan>
- cam%20persatuhan%20dan%20kesatuan%20bangsa
- Potter, W. J. (2021). *Media Literacy* (10th ed). California: Sage.
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru dalam Literasi Media. Gunahumas, 1(1), 72-87. Retrieved from <https://ejournal.upi.edu/index.php/gunahumas/article/view/28380>
- Rianto, P., & Sukmawati, A. I. (2021). Literasi Digital Pelajar di Yogyakarta: dari Consuming ke Prosuming Literacy. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 137-159. Retrieved from <https://jurnal.usk.ac.id/JKG/article/view/20612>
- Rukmono, B. A., Mulyanto, C.B., & Subali, Y. (2023). Kecakapan Literasi Media Religius Muda di Kongregasi Oblat Maria Imakulata Yogyakarta. Nusantara: *Jurnal ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(4), 1676-1686. Retrieved from <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/10934>
- Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., & Brown, N. (2014). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages* (4th ed). USA: Praeger.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Suryono, A. (2019). *Teori & Strategi Perubahan Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutarsih, T., & Maharani, K. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. Boston: McGraw-Hill.
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. L. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods* (4th ed). New Jersey: Wiley e-book.

Yandi, O. D. (2019). Applications of Marketing Communication Sales Marketing Division at PT. Sela Express Tour Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2), 1-15. Retrieved from <https://jnse.ejournal.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/25957>

Yuwono, A. I., Rahayu., Adiputra, W, M., Syafrizal., Anshari, I, N. (2018). *Yuk, Jadi Gamer Cerdas: Berbagi Informasi Melalui Literasi*. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM.