

JANUARI 2021

Roadmap Literasi Digital 2020-2024 Kementerian Komunikasi dan Informatika

Laporan Substansi



Visi Presiden untuk SDM Indonesia dan Definisi Literasi Digital



Visi Presiden untuk percepatan transformasi digital dan definisi literasi digital oleh Menteri Kominfo



14 Juli 2019

Dalam Pidato “Visi Indonesia” Jokowi menekankan bahwa pada masa pemerintahan yang kedua, **pembangunan SDM akan menjadi salah satu visi utama**

66
99

5 Visi Presiden untuk Indonesia

1. Pembangunan infrastruktur
2. **Pembangunan SDM**
3. Keterbukaan investasi
4. Reformasi birokrasi
5. Penggunaan APBN fokus dan tepat sasaran



4 Agustus 2020

Presiden Jokowi menekankan 5 hal yang perlu menjadi perhatian dalam menangani **transformasi digital** pada masa pandemi Covid-19. Selain itu, Jokowi juga menyebutkan perlunya **peningkatan peringkat indeks kompetitif digital IMD** Indonesia yang masih rendah

66
99

5 Arahan Presiden untuk Percepatan Transformasi Digital

1. Perluasan akses dan peningkatan infrastruktur digital
2. Roadmap transformasi digital di sektor-sektor strategis
3. Percepatan integrasi Pusat Data Nasional
4. **Persiapan kebutuhan SDM talenta digital**
5. Regulasi, skema pendanaan, dan pembiayaan transformasi digital



8 September 2020

Dalam siaran pers Siberkreasi sebagai pemenang WSIS 2020, Menteri Kominfo menyampaikan **pentingnya peningkatan literasi digital masyarakat**

66
99

Literasi digital berfungsi untuk meningkatkan kemampuan kognitif sumber daya manusia di Indonesia agar keterampilannya tidak sebatas mengoperasikan gawai

Pada masa pemerintahan Jokowi dengan Ma'ruf Amin, pembangunan SDM menjadi salah satu visi utama



66
99

5 Visi Jokowi untuk Indonesia

1. Pembangunan infrastruktur
2. **Pembangunan SDM**
3. Keterbukaan investasi
4. Reformasi birokrasi
5. Penggunaan APBN fokus dan tepat sasaran

- Awal mulainya dengan **menjamin kesehatan ibu hamil-sejak hamil, kesehatan bayi, kesehatan balita, dan kesehatan anak-anak sekolah**. Pada masa-masa tersebut, menurut Jokowi merupakan umur emas guna mencetak manusia Indonesia yang unggul ke depan. Bapak Presiden berpesan, tidak boleh ada lagi stunting, ibu yang meninggal, serta angka kematian bayi harus diturunkan.
- **Kualitas pendidikan juga akan terus ditingkatkan**. Bisa dipastikan pentingnya *vocational training*, pentingnya *vocational school*.
- Tak hanya itu, pemerintah juga akan membangun **lembaga manajemen talenta Indonesia**. Melalui lembaga tersebut, nantinya pemerintah akan mengidentifikasi, memfasilitasi, serta memberikan dukungan pendidikan dan pengembangan diri bagi talenta-talenta Indonesia.
- **Diaspora yang memiliki talenta tinggi** akan diberikan dukungan oleh pemerintah agar dapat berkontribusi besar bagi percepatan pembangunan Indonesia. Pemerintah akan menyiapkan lembaga khusus yang akan mengurus manajemen talenta ini yang akan mengelola talenta-talenta yang hebat dan diharapkan bisa membawa negara Indonesia bersaing secara global.

Presiden juga mengarahkan perlunya percepatan transformasi digital dan meningkatkan kompetitif digital



66
99

*Memang kita di bawah sekali
lebih rendah dibandingkan
dengan beberapa negara
tetangga kita di ASEAN*

3/8/20 - Presiden dalam menanggapi survei IMD
Digital Competitiveness World Ranking 2019,
Indonesia berada pada peringkat 56 dari 63
negara dalam daya saing digital

1. Perluasan akses dan peningkatan infrastruktur digital

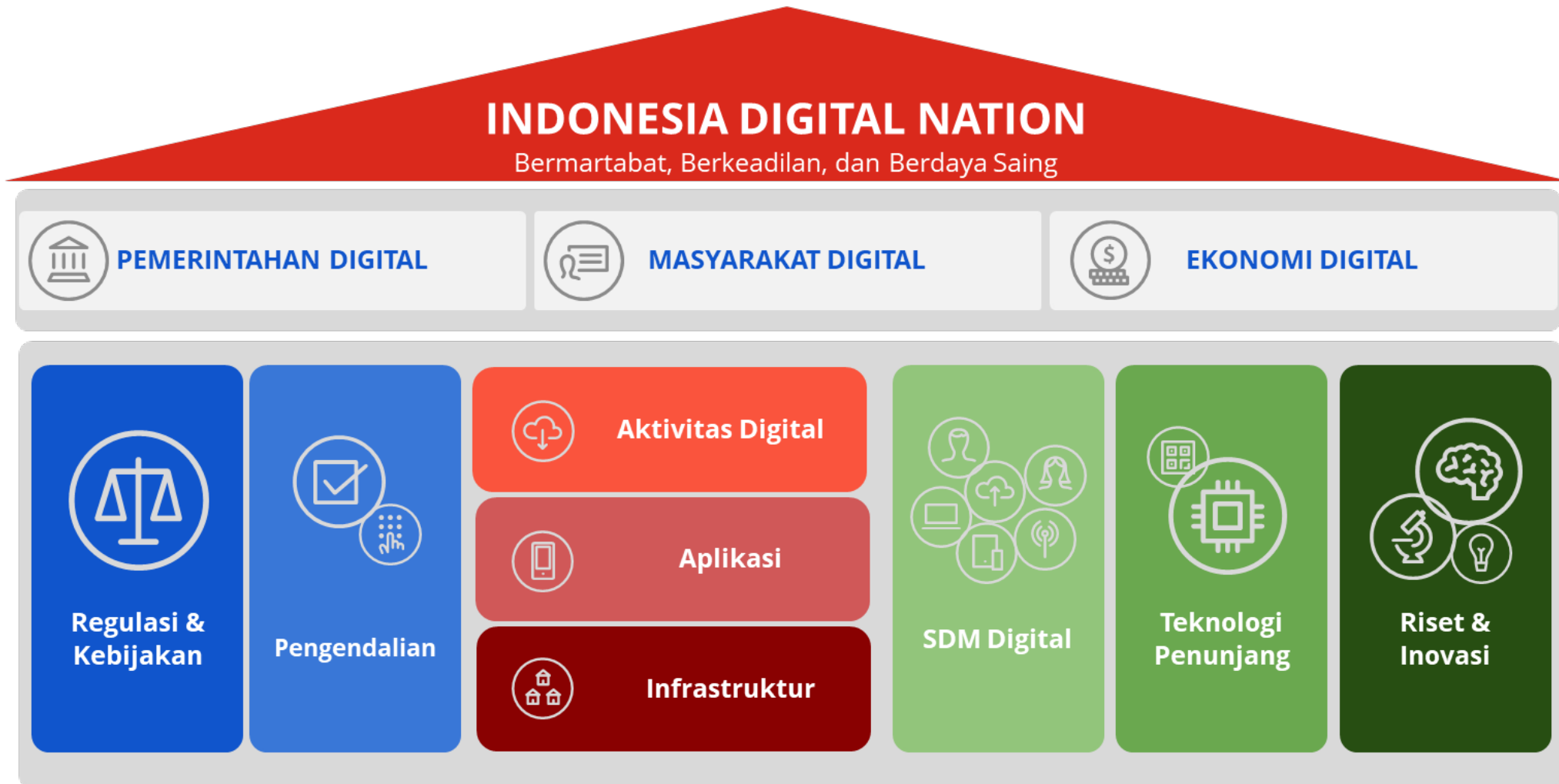
2. *Roadmap* transformasi digital di sektor-sektor strategis

3. Percepatan integrasi Pusat Data Nasional

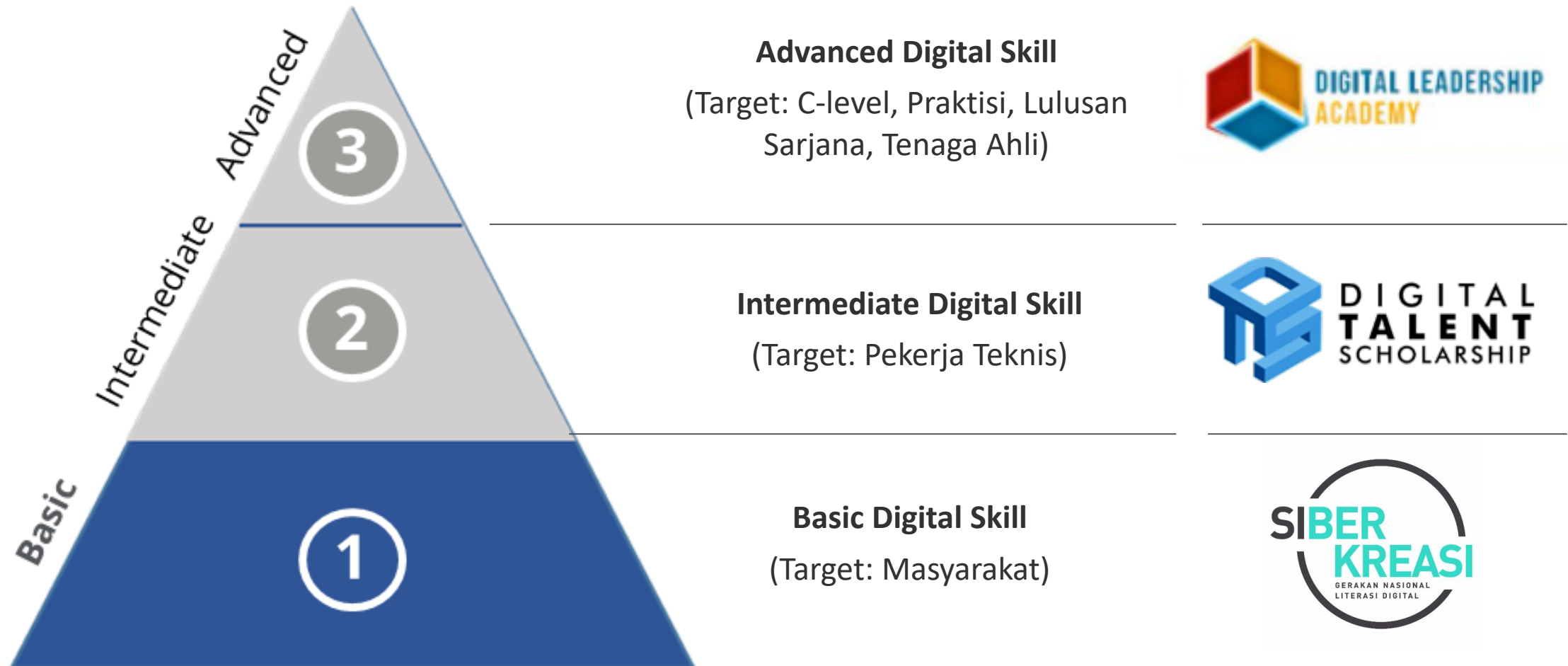
4. Persiapan kebutuhan SDM talenta digital

5. Regulasi, skema pendanaan dan pembiayaan transformasi digital

Arahan Presiden tersebut telah diturunkan oleh Kementerian Kominfo ke dalam peta jalan Indonesia Digital Nation



Peta jalan Digital Nation dirumuskan menjadi tiga program besar Kominfo yang menargetkan semua lapisan masyarakat



Penentuan definisi literasi digital berangkat dari referensi yang dikeluarkan lembaga dunia UNESCO dan ITU



99

Literasi Digital (*Digital Literacy*) diartikan sebagai

Kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif, etika, sosial emosional, dan aspek teknis teknologi



99

Kemampuan Digital (*Digital Skills*) diartikan sebagai

Kombinasi dari perilaku, kecakapan, pengetahuan, kebiasaan kerja, karakter, watak, dan pemahaman kritis atas teknologi digital yang terbagi dalam spektrum mulai dari kemampuan dasar sampai tinggi

Sumber:

UNESCO A Global Framework of Reference on Digital Literacy 2018

ITU Broadband Commission for Sustainable Development (2017). Working Group on Education: Digital skills for life and work

Definisi literasi digital yang dikeluarkan Amerika Serikat dan Singapura menitikberatkan pada kemampuan TIK



99

Literasi Digital (*Digital Literacy*) diartikan sebagai

Kemampuan untuk menggunakan informasi dan teknologi komunikasi dalam mencari, mengevaluasi, menciptakan, dan mengkomunikasikan informasi, yang membutuhkan kemampuan kognitif dan teknis



99

Literasi Digital (*Digital Literacy*) diartikan sebagai

Kemampuan untuk menemukan, membaca, mengevaluasi, menyintesis, menciptakan, mengadaptasi, dan menyebarkan informasi, media, dan teknologi

Definisi literasi digital di Indonesia yang digunakan berangkat dari definisi UNESCO dan statement Menkominfo



99

Literasi digital berfungsi untuk meningkatkan kemampuan kognitif sumber daya manusia di Indonesia agar keterampilannya tidak sebatas mengoperasikan gawai

Menteri Kominfo, Johnny G. Plate, dalam siaran pers Siberkreasi Raih Penghargaan WSIS Prize 2020



-  Meningkatkan pengetahuan, pemahaman, kesadaran, kreativitas dan kecakapan teknologi digital;
-  Meningkatkan dan mengembangkan kapasitas budaya penggunaan teknologi digital yang aman;
-  Mendorong peningkatan kecakapan dasar anti konten negatif (*anti hoax, anti cyberbullying, anti ujaran kebencian, anti pornografi, anti pembajakan, anti radikalisme, anti SARA, dsb*)
-  Memberikan, mendorong, dan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dasar pemanfaatan teknologi digital baru (*emerging technology* - Robotika, Internet of Things/IoT, Artificial Intelligence, Big Data, dsb.)
-  Menguatkan pengetahuan, pemberdayaan dan fasilitasi komunitas berbasis teknologi digital.

Referensi Kerangka Literasi Digital



Referensi Kerangka Literasi Digital ITU



- ❑ Kerangka ITU telah dirancang secara berjenjang dengan membedakan 9 jenis kemampuan digital yang disusun dalam 3 tingkat
- ❑ Belum ada daftar indikator yang komprehensif untuk mengukur kompetensi user
- ❑ Penyusunan kerangka belum mencakup kemampuan user selain digital skill

Kerangka Kompetensi

Elemen Kerangka

Skills

Security



Ethics

Culture

● tidak ada

Basic Skill

(Level 1)



Move files or folders

Copy and paste files

Send emails and attachment

Transfer files

Intermediate Skill

(Level 2)



Use formula in spreadsheet

Connect and install new device

Create electronic presentation

Download software

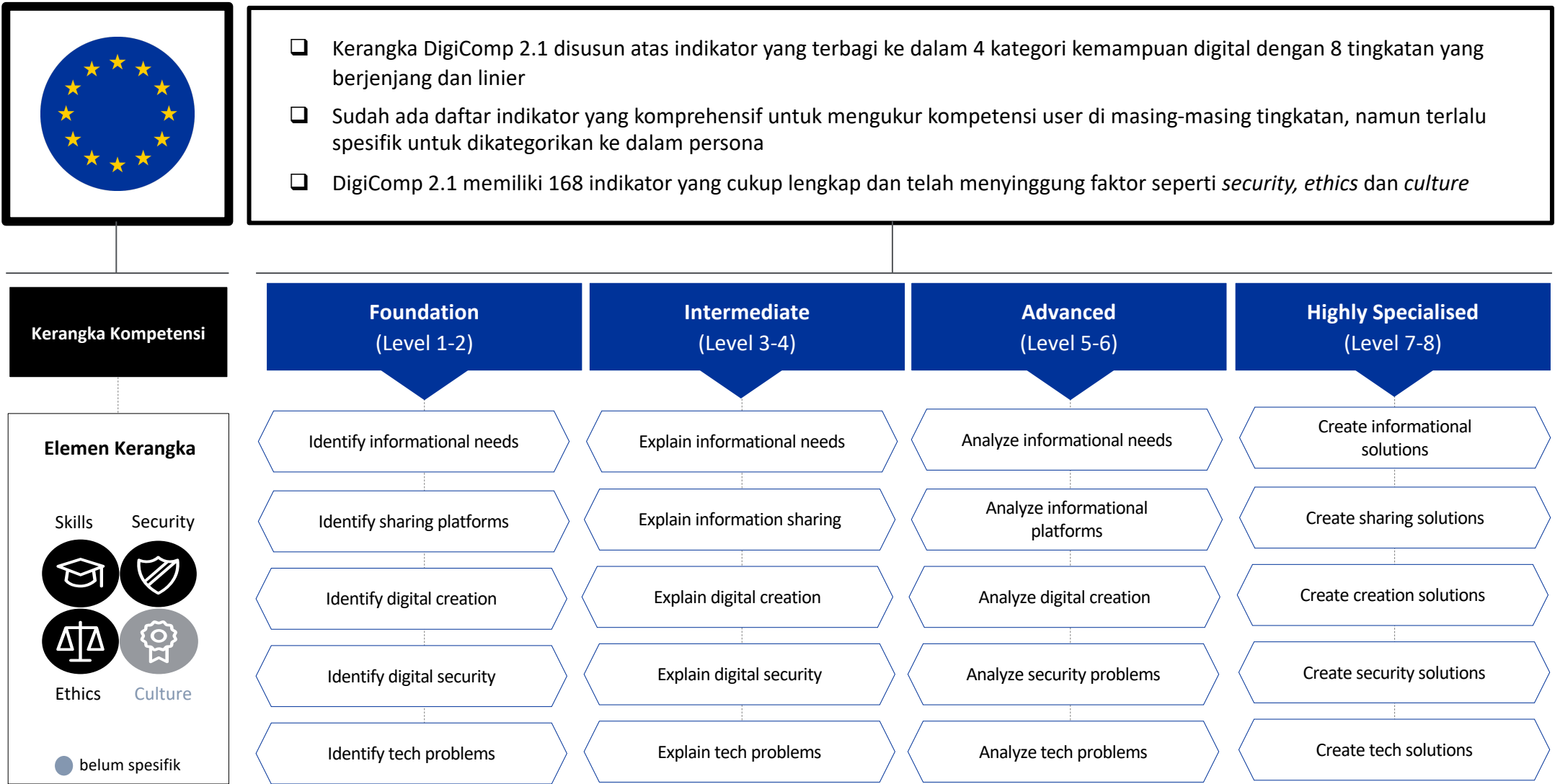
Advanced Skill

(Level 3)



Use programming language

Referensi Kerangka Literasi Digital DigiComp 2.1

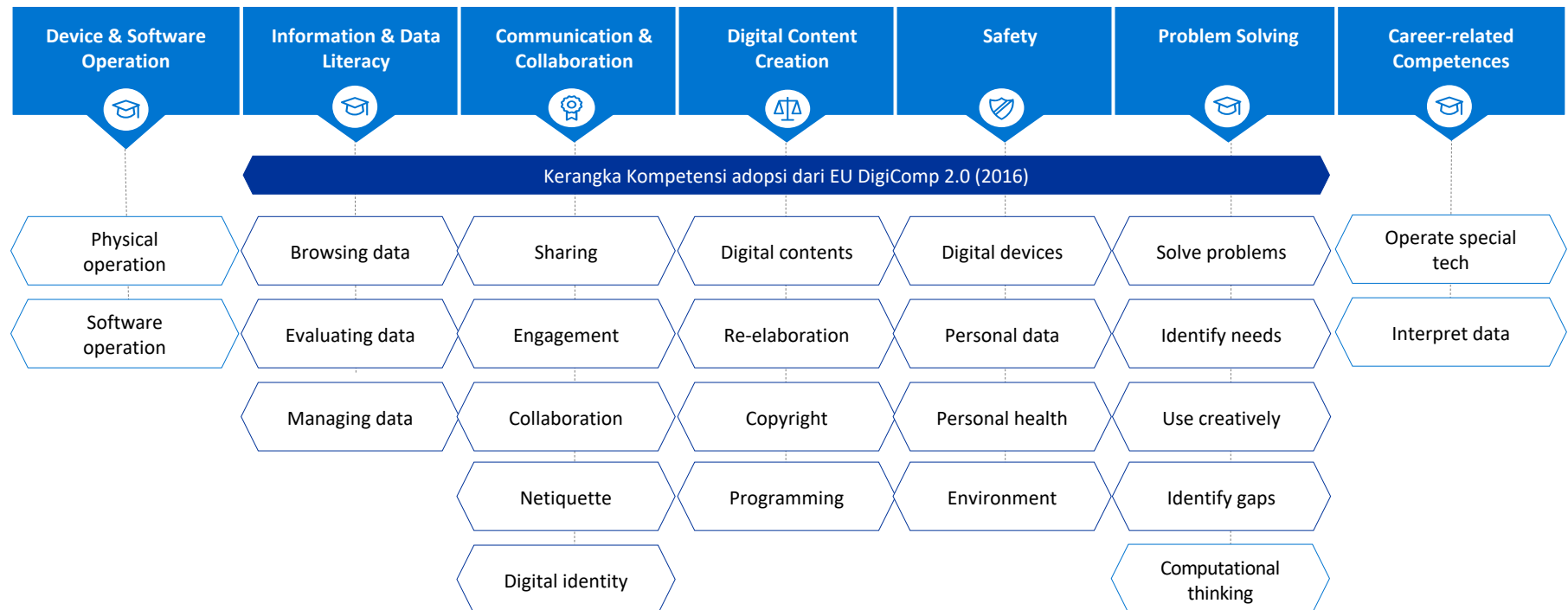
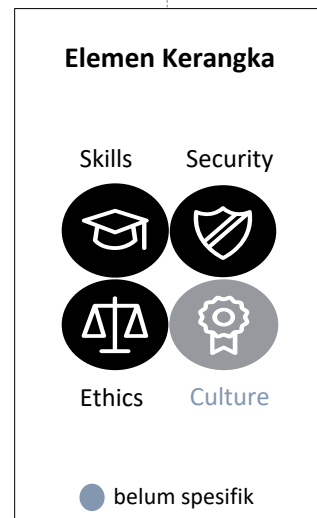


Referensi Kerangka Literasi Digital UNESCO



- ❑ Kerangka UNESCO disusun atas indikator yang terbagi ke dalam 7 kategori, namun secara hierarki tidak berjenjang dan pengukuran kompetensi tidak bersifat linier
- ❑ Sudah ada daftar indikator yang komprehensif untuk mengukur kompetensi user, namun terlalu spesifik untuk bisa dijadikan standar yang mudah digunakan dalam menyusun kurikulum skala nasional
- ❑ Penyusunan kerangka sudah menyentuh berbagai jenis kompetensi *user*

Kerangka Kompetensi

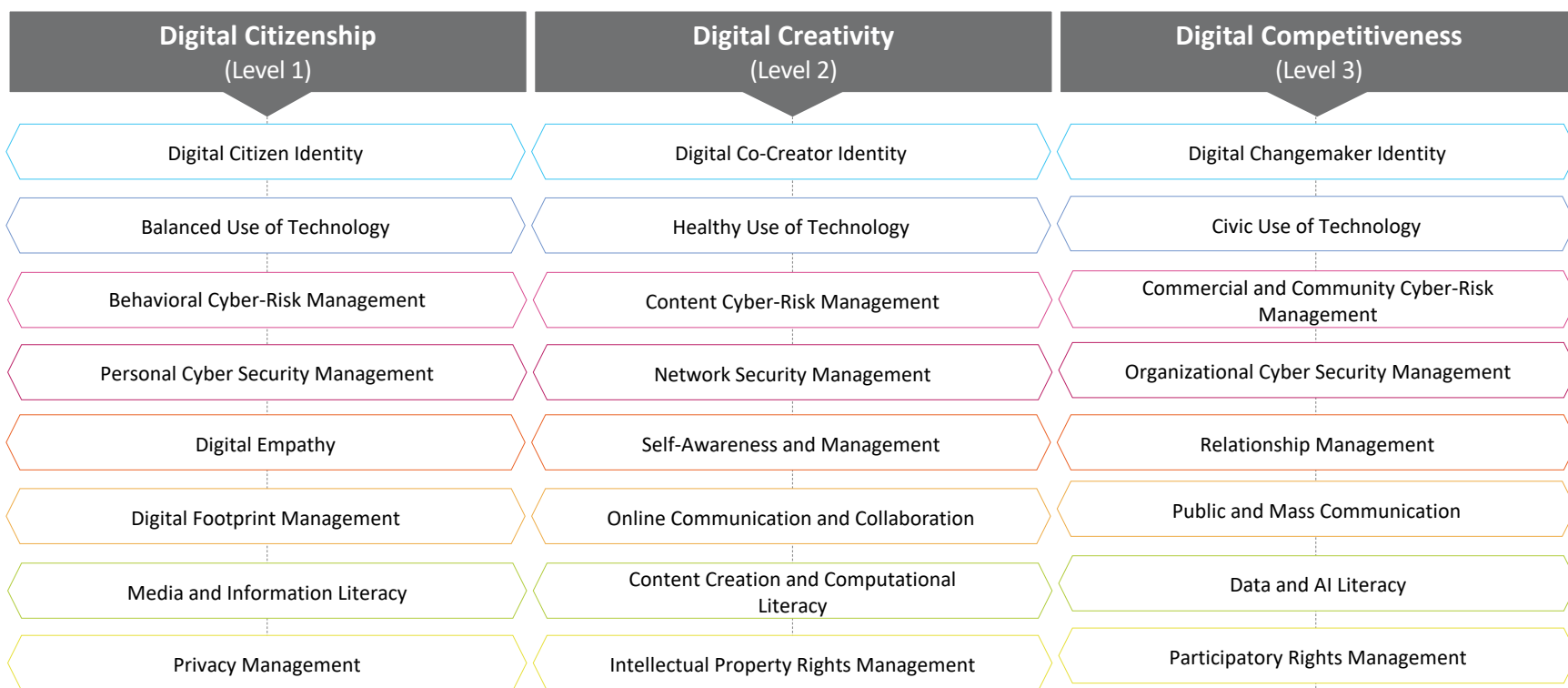
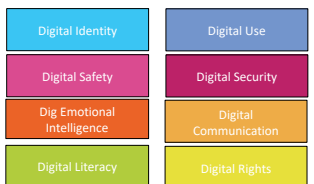
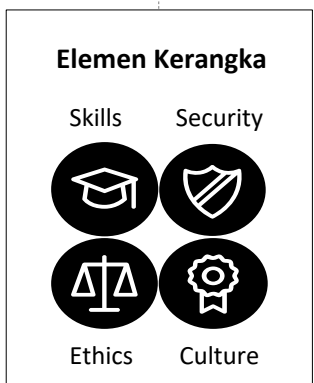


Referensi Kerangka Literasi Digital DQ Institute

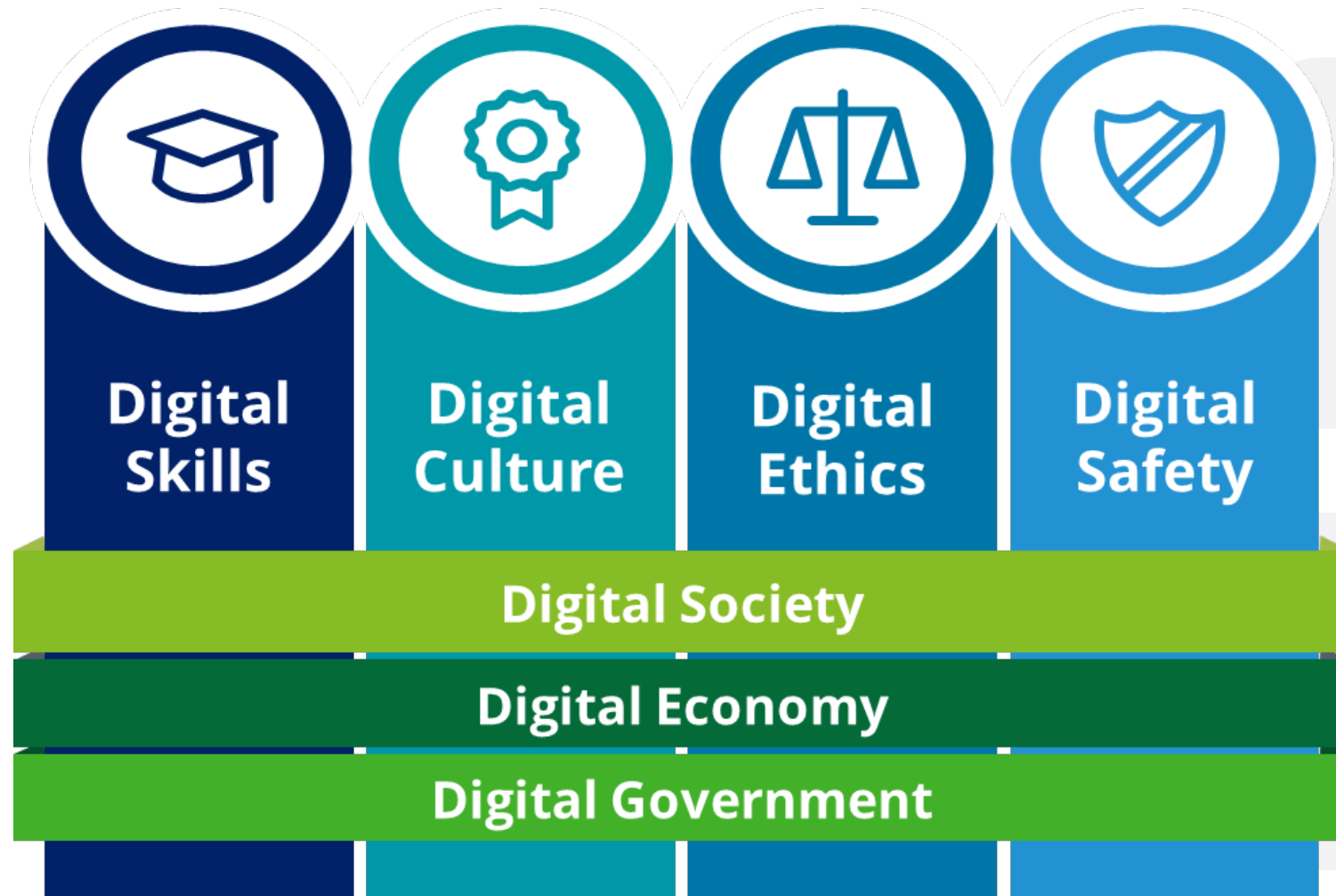


- ❑ Kerangka Digital Quotient (DQ) disusun atas indikator yang terbagi ke dalam 3 tingkatan yang berjenjang dengan 8 kategori yang bersifat linier
- ❑ Daftar indikator sudah komprehensif, namun basis *digital skill* belum mencakup kemampuan digital dasar (*basic digital skill*) dan condong ke negara dengan tingkat literasi digital lebih tinggi
- ❑ Kerangka DQ sudah menyentuh berbagai jenis kompetensi *user*

Kerangka Kompetensi



Kerangka Literasi Digital Indonesia digunakan sebagai acuan membangun kurikulum dan program nasional



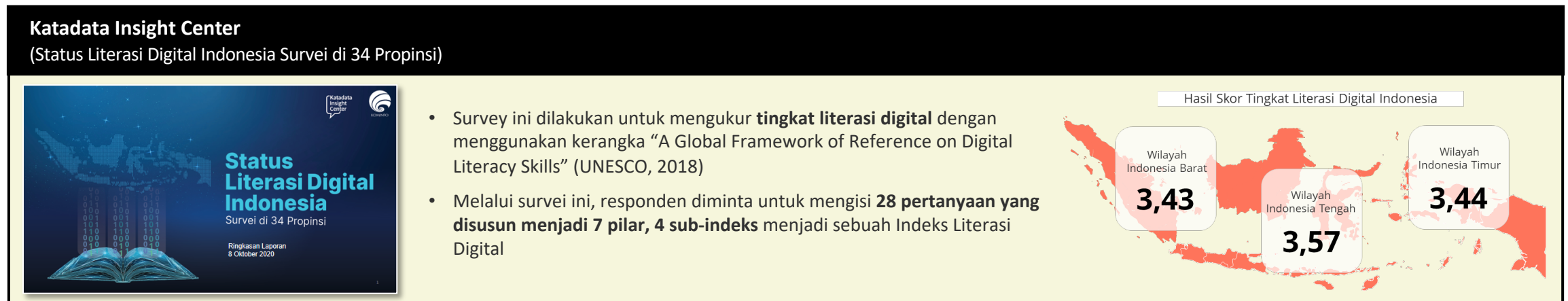
- ❑ Kerangka Kurikulum Literasi Digital digunakan sebagai pengukuran kompetensi kognitif dan afektif masyarakat dalam menguasai teknologi digital

- ❑ Kerangka Program Literasi Digital digunakan sebagai fondasi penyusunan topik kurikulum yang akan diseminasi ke masyarakat

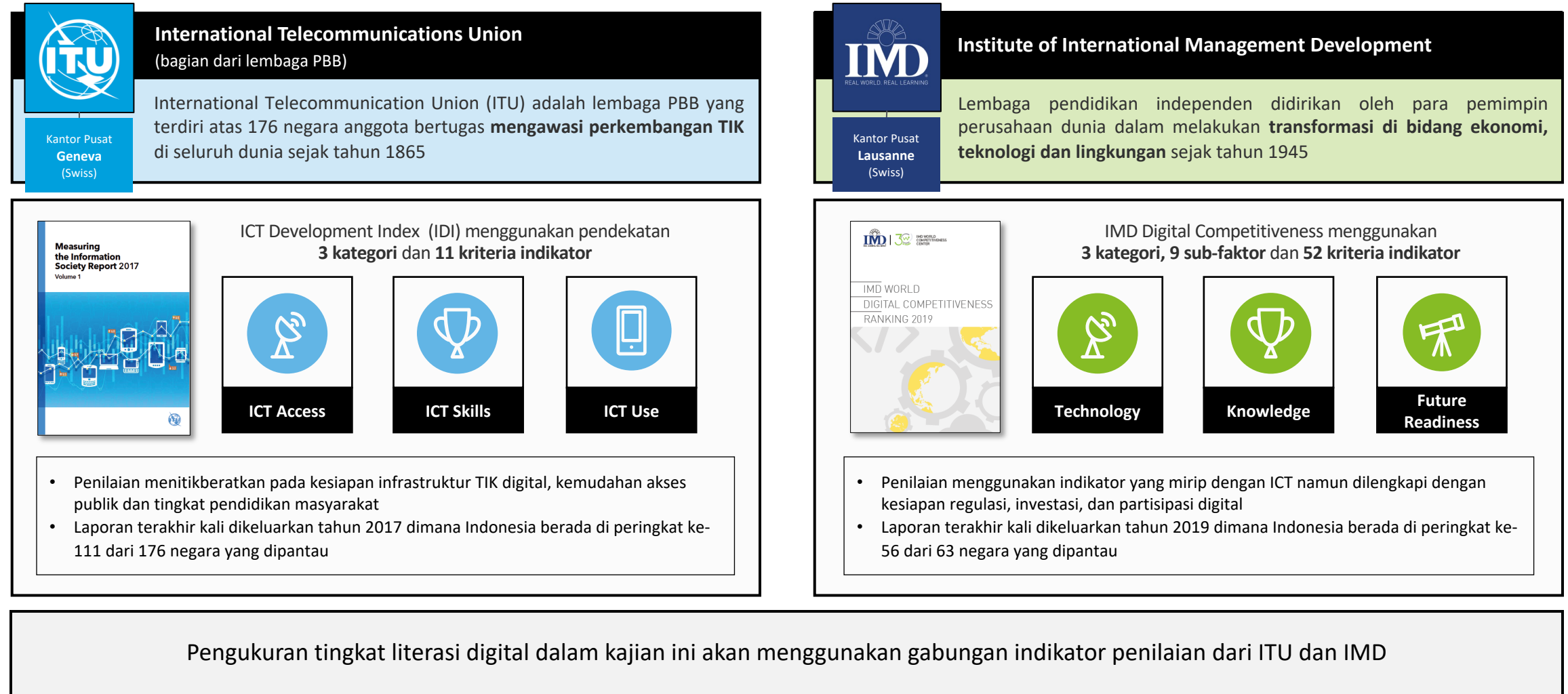
Indeks Tingkat Kompetitif Digital



Penyusunan peta jalan literasi digital



Untuk mengukur tingkat kemajuan negara di sektor digital terdapat dua tolak ukur penilaian umum yang digunakan



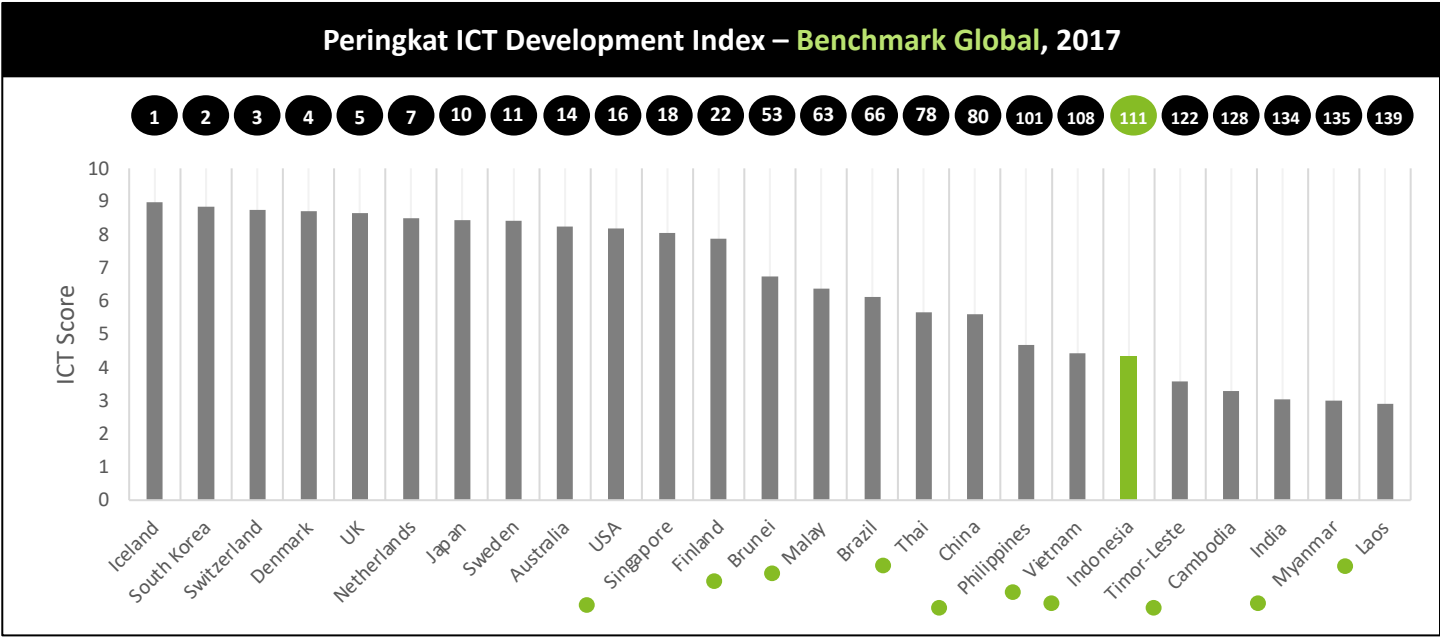
Peringkat ICT Development Index yang dikeluarkan ITU digunakan sebagai tolak ukur pembangunan digital negara



Berdasarkan penilaian yang disusun oleh ICT Development Index, skor dan peringkat IDI Indonesia mengalami **perbaikan positif** dan naik sebanyak **3 peringkat** dari tahun 2016 ke 2017



- Perbaikan yang dialami Indonesia dipengaruhi oleh **peningkatan akses** dan **penggunaan alat digital**
- Namun laporan ini belum diperbarui lagi di tahun 2018 dan 2019 karena kurang memadainya data



- Pada tahun 2017, peringkat ICT Development Index Indonesia masih cukup rendah dibandingkan dengan negara tetangga lain, berada di **posisi 7 dari 11 negara di Asia Tenggara**
- Meskipun demikian, Indonesia mencatat kenaikan skor yang cukup tinggi **(+0,47)** dalam waktu 1 tahun, menjadi negara tertinggi ke-4 setelah **Namibia (+0,57)**, **Iran (+0,54)**, **Gabon (+0,50)**

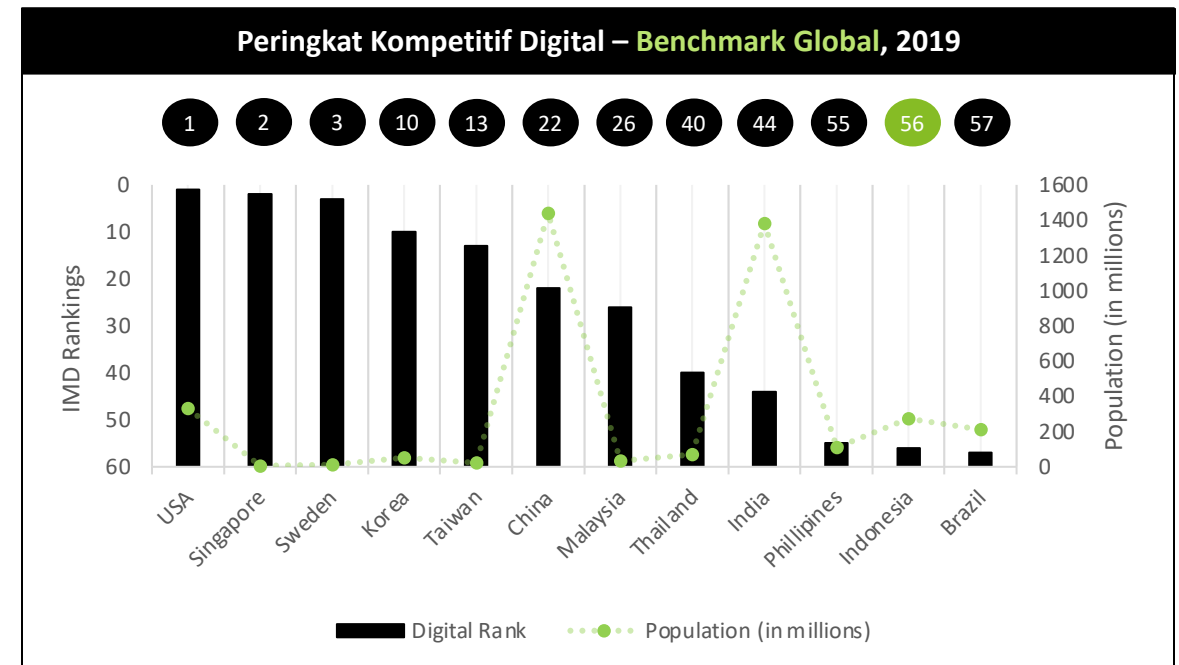
Peringkat kompetitif digital IMD juga digunakan sebagai tolak ukur mengukur kemajuan transformasi digital



Berdasarkan penilaian yang disusun oleh IMD World Digital Competitiveness Rankings, peringkat Indonesia secara bertahap menunjukkan perbaikan posisi dan **naik 6 posisi** dari tahun sebelumnya

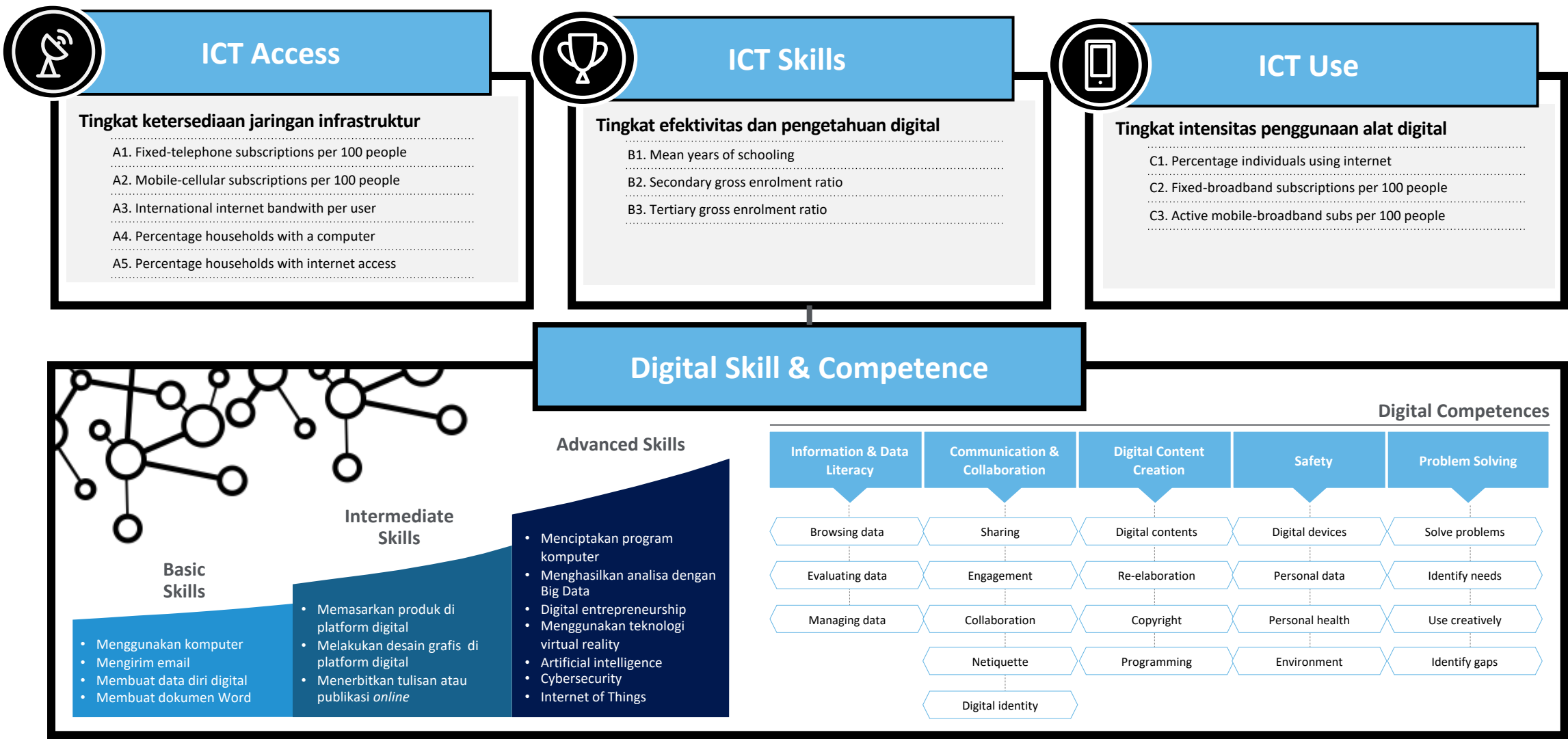


- Peringkat kompetitif digital Indonesia mencapai posisi tertinggi di tahun 2019 ditandai dengan perbaikan performa di **kategori business agility**.
- Di tahun yang sama, Indonesia mengalami **perbaikan peringkat kompetitif ekonomi** yang dikeluarkan oleh IMD



- Peringkat Indonesia **masih lebih rendah** dibandingkan dengan negara lain di kawasan (Thailand, Malaysia) dan negara dengan populasi besar (China, India)
- Sejumlah negara berhasil memperbaiki peringkat kompetitif digital dari 2018 di antaranya: **China (+8), Korea Selatan (+4), termasuk Indonesia (+6)**

Kriteria penilaian ITU menggunakan indikator teknis dengan definisi digital skill yang lebih deskriptif



Sementara itu, kriteria IMD menggunakan sejumlah sub-faktor dan indikator yang lebih holistik dan luas



Knowledge

A1. Talent

- A11. Educational assessment PISA - Math
- A12. International Experience
- A13. Foreign highly-skilled personnel
- A14. Management of cities
- A15. Digital / technological skills
- A16. Net flow of international students

A2. Training & education

- A21. Employee training
- A22. Total public expenditure on education
- A23. Higher Education achievement
- A24. Pupil-teacher ratio (tertiary education)
- A25. Graduates in Sciences
- A26. Women with degrees

A3. Scientific concentration

- A31. Total Expenditure on R&D (%)
- A32. Total R&D personnel per capita
- A33. Female Researchers
- A34. R&D productivity by publication
- A35. Scientific and technical employment
- A36. High-tech patent grants
- A37. Robots in Education and R&D



Technology

B1. Regulatory framework

- B11. Starting a business
- B12. Enforcing contracts
- B13. Immigration Laws
- B14. Development & Application of Technology
- B15. Scientific research legislation
- B16. Intellectual property rights

B2. Capital

- B21. IT & media stock market capitalization
- B22. Funding for technological development
- B23. Banking and financial services
- B24. Country credit rating
- B25. Venture Capital
- B26. Investment in Telecommunications

B3. Technological framework

- B31. Communications technology
- B32. Mobile Broadband subscribers
- B33. Wireless broadband
- B34. Internet users
- B35. Internet bandwidth speed
- B36. High-tech exports (%)



Future Readiness

C1. Adaptive attitudes

- C11. E-participation
- C12. Internet retailing
- C13. Tablet possession
- C14. Smartphone possession
- C15. Attitudes toward globalization

C2. Business agility

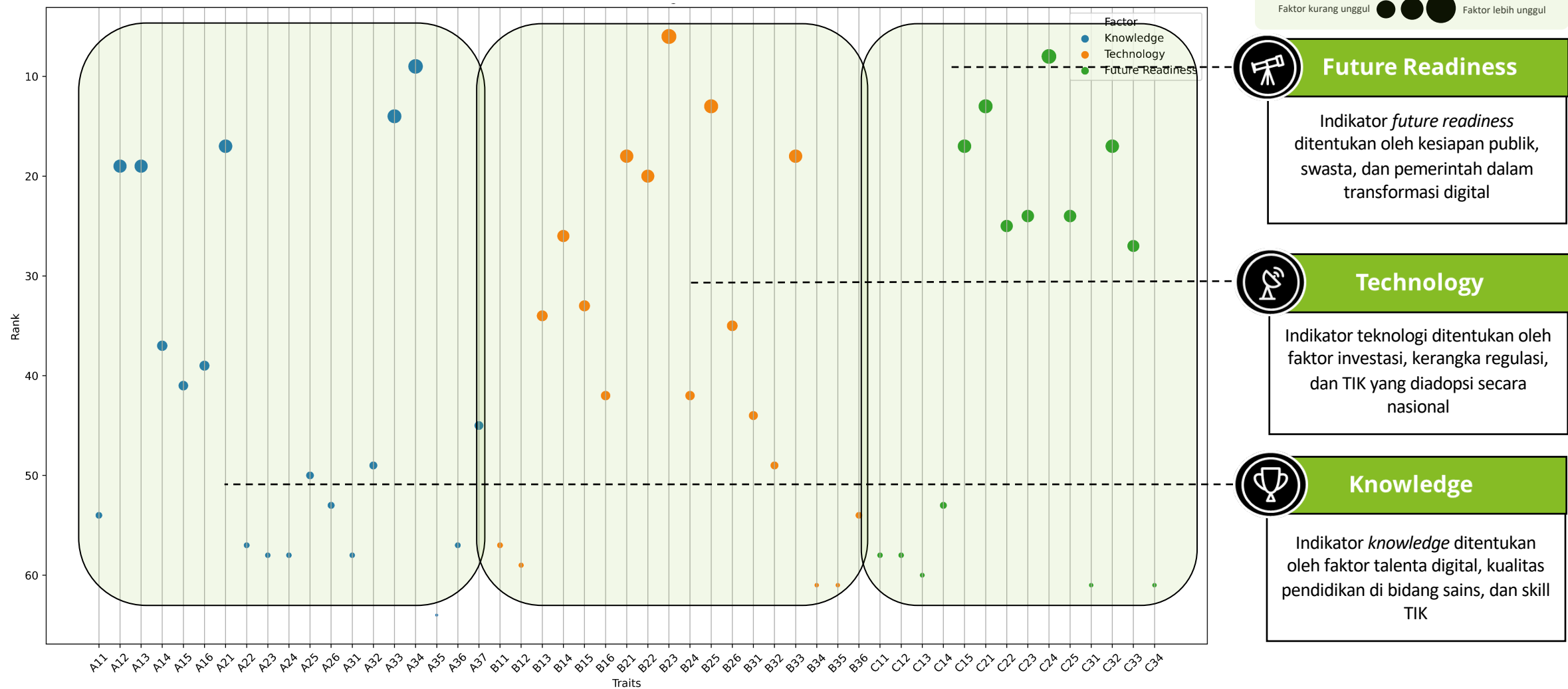
- C21. Opportunities and threats
- C22. World robots distribution
- C23. Agility of companies
- C24. Use of big data and analytics
- C25. Knowledge transfer
- C26. Entrepreneurial fear of failure

C3. IT integration

- C31. E-Government
- C32. Public-private partnerships
- C33. Cyber security
- C34. Software piracy

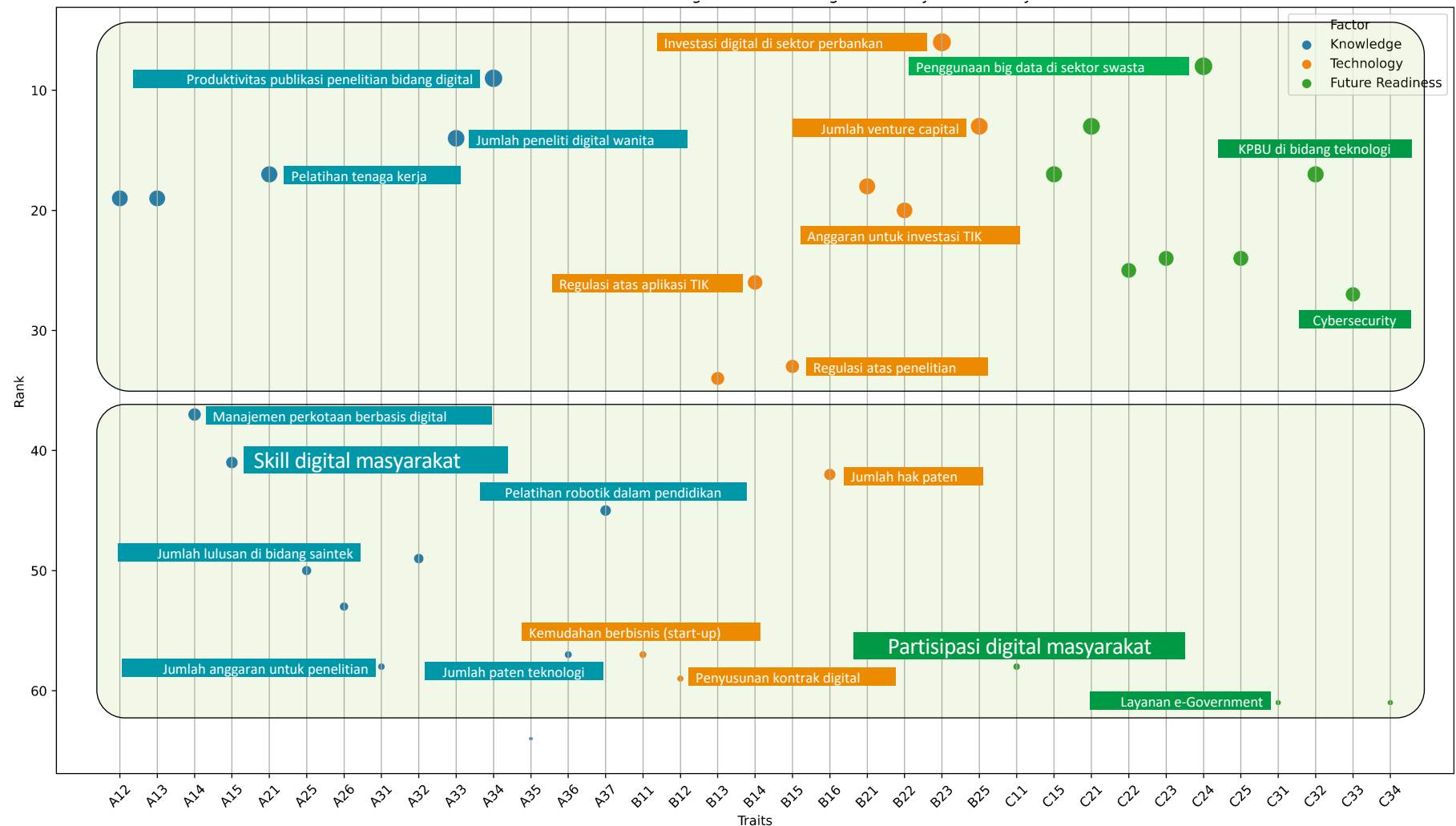
Setiap sub-faktor dan indikator dinilai dengan sistem pemeringkatan dari hasil survei dan data kuantitatif

| Pemetaan Performa Indikator Kompetitif Digital Indonesia (Overall)



Analisis awal menunjukkan sejumlah sub-faktor bidang Knowledge dan Future Readiness perlu ditingkatkan

| Pemetaan Performa Indikator Kompetitif Digital Indonesia (Selected)



Technology

Di dalam kategori ini, sejumlah program dan kegiatan menunjukkan performa yang baik, khususnya berkenaan dengan regulasi TIK dan keterlibatan pihak swasta dalam investasi di sektor digital



Future Readiness



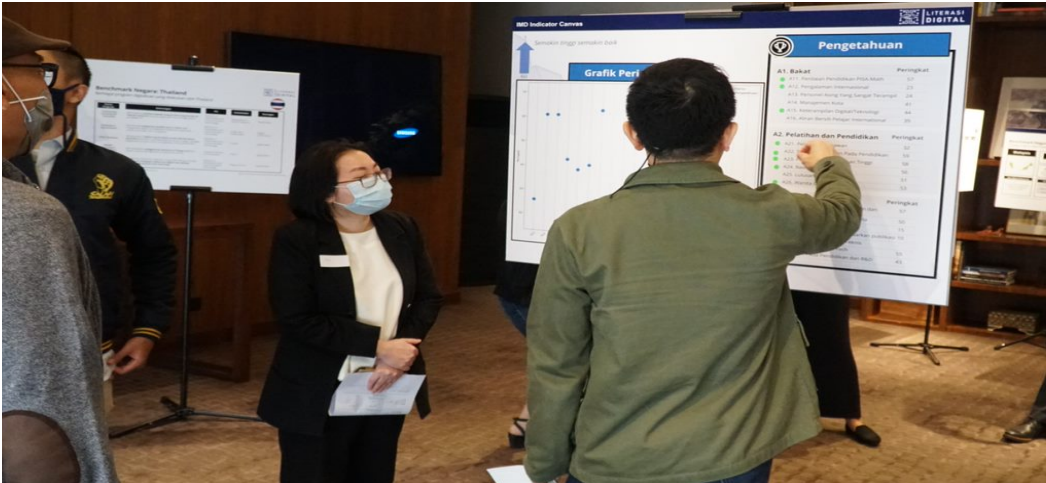
Knowledge

Namun untuk memperbaiki prestasi, sejumlah kebijakan dan program perlu ditingkatkan lagi, khususnya berkenaan dengan skill digital publik, partisipasi digital publik, didukung keterlibatan pihak swasta dan pemerintah

Kurikulum Program Literasi Digital



Hasil analisis dan FGD menunjukkan indikator kemampuan digital masyarakat perlu menjadi prioritas



Berdasarkan input peserta FGD 2, terdapat **8 indikator IMD** yang dipilih sebagai fokus prioritas dalam menyusun peta jalan literasi digital

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1 Kemampuan Digital Masyarakat | 5 Kesempatan dan Ancaman |
| 2 Rasio Murid dan Guru | 6 Penggunaan <i>Big Data & Analytics</i> |
| 3 Tingkatan Rasio Peneliti Wanita | 7 Transfer Pengetahuan |
| 4 Kepemilikan Smartphone | 8 Keamanan Siber (<i>Cybersecurity</i>) |

Hipotesis

Fokus penyusunan peta jalan dan program literasi digital diarahkan pada peningkatan **skill digital masyarakat** melalui penyusunan kurikulum, program strategis dan kerangka kerja

Posisi Indonesia dengan 62 negara lain di kategori *digital skills*

#41

Kemampuan
Digital
Masyarakat



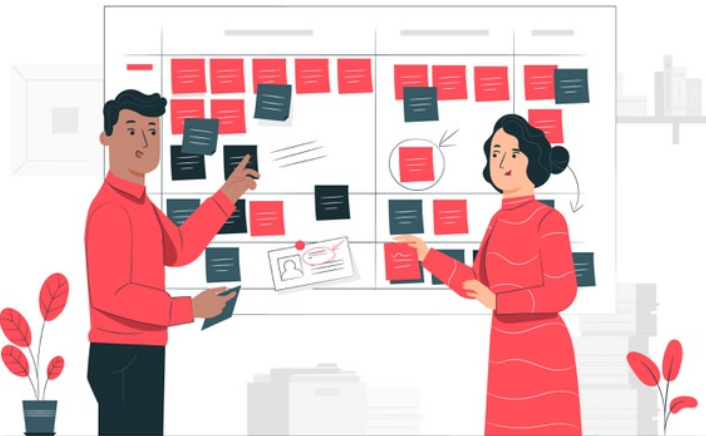
Rencana peta jalan literasi digital akan menghasilkan 2 strategi



Digital Literacy Roadmap

Strategi 1

Penyusunan pustaka kurikulum



Strategi 2

Penyusunan program nasional



Rancangan program literasi digital tersusun atas serangkaian kegiatan dan konten akan diformulasikan ke dalam kurikulum

Perumusan Kurikulum



Formulasi Kurikulum
Literasi Digital

Tujuan Akhir

Program Literasi Digital **ditargetkan** mencakup 50 juta masyarakat Indonesia dari berbagai usia, jenis profesi, latar belakang budaya, lapisan ekonomi dan struktur sosial



Rencana Strategi
Pencapaian



Mitra Pelaksana
(Stakeholder)



Media
Outreach

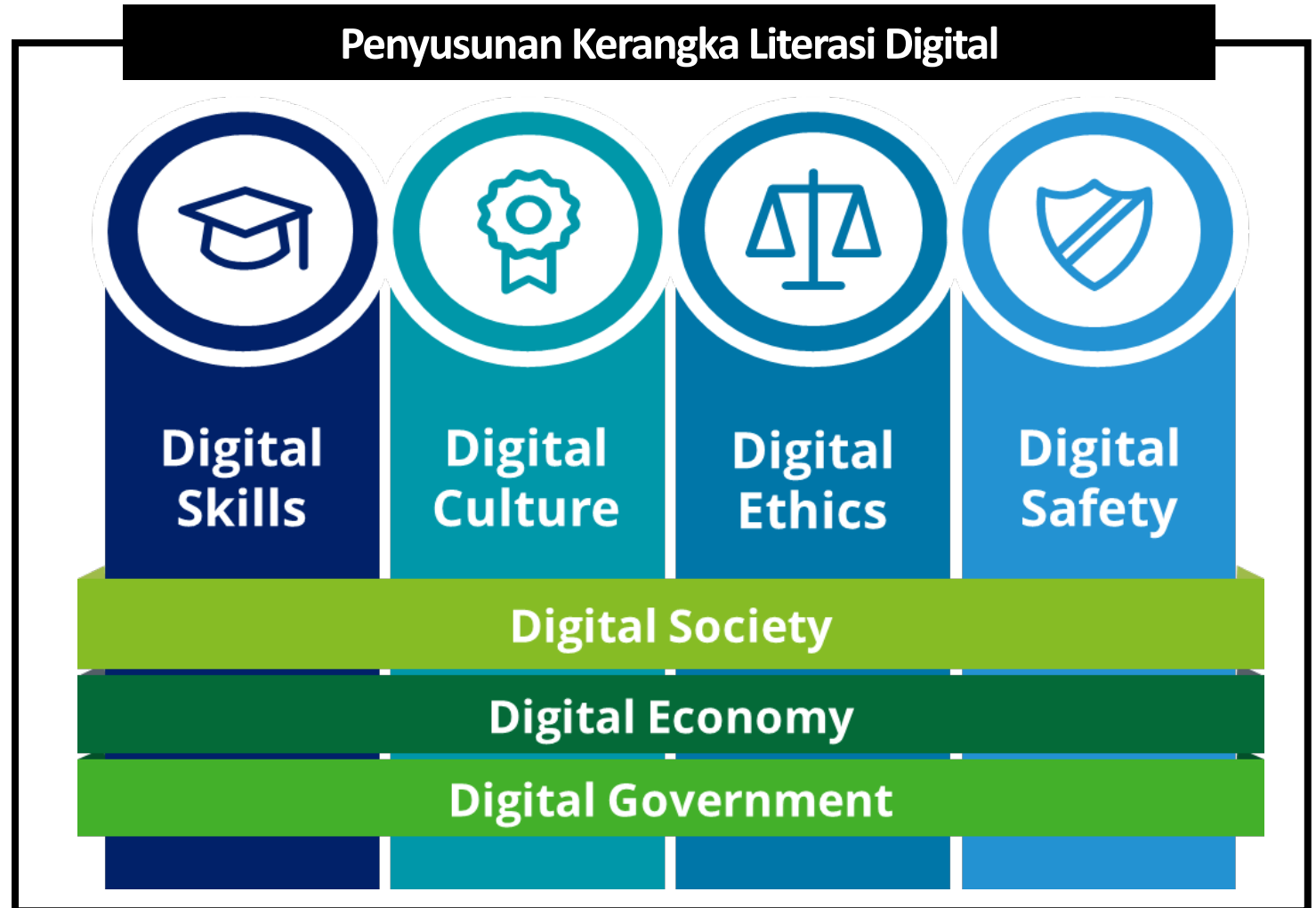


Kolaborasi dengan
Kementerian,
Pemerintah Daerah
dan Masyarakat

Penyusunan program dan kurikulum dibangun dari kerangka literasi digital yang dirangkai dari definisi *basic digital skills*



Dari definisi literasi digital tersebut, disusunlah kerangka yang diselaraskan dengan tema dan pilar literasi digital Kominfo



Penjelasan kerangka Digital Skills dan Digital Security



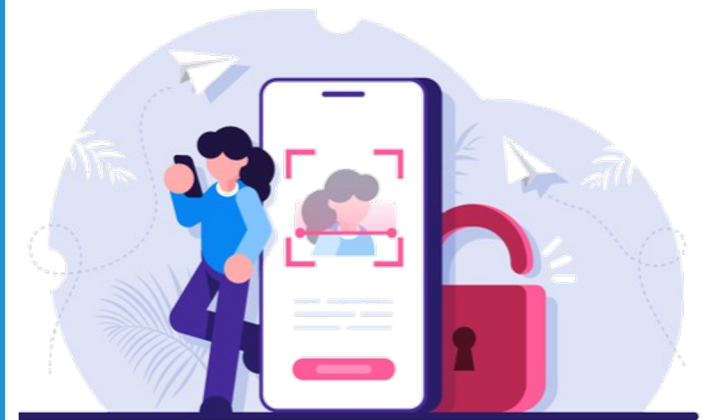
Digital Skills

Kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan **perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital** dalam kehidupan sehari-hari



Digital Safety

Kemampuan individu dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis, menimbang, dan meningkatkan **kesadaran keamanan digital** dalam kehidupan sehari-hari



Penjelasan kerangka Digital Culture dan Digital Ethics



Kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun **wawasan kebangsaan, nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika**

Digital Culture



An illustration showing a group of diverse people interacting with digital devices. A woman sits at a desk with a laptop, a man sits on the floor with a laptop, and two women stand talking. Above them is a large, colorful Garuda emblem, the national symbol of Indonesia. Speech bubbles and a clock icon are also present.



Kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan **tata kelola etika digital (*netiquette*)**

Digital Ethics

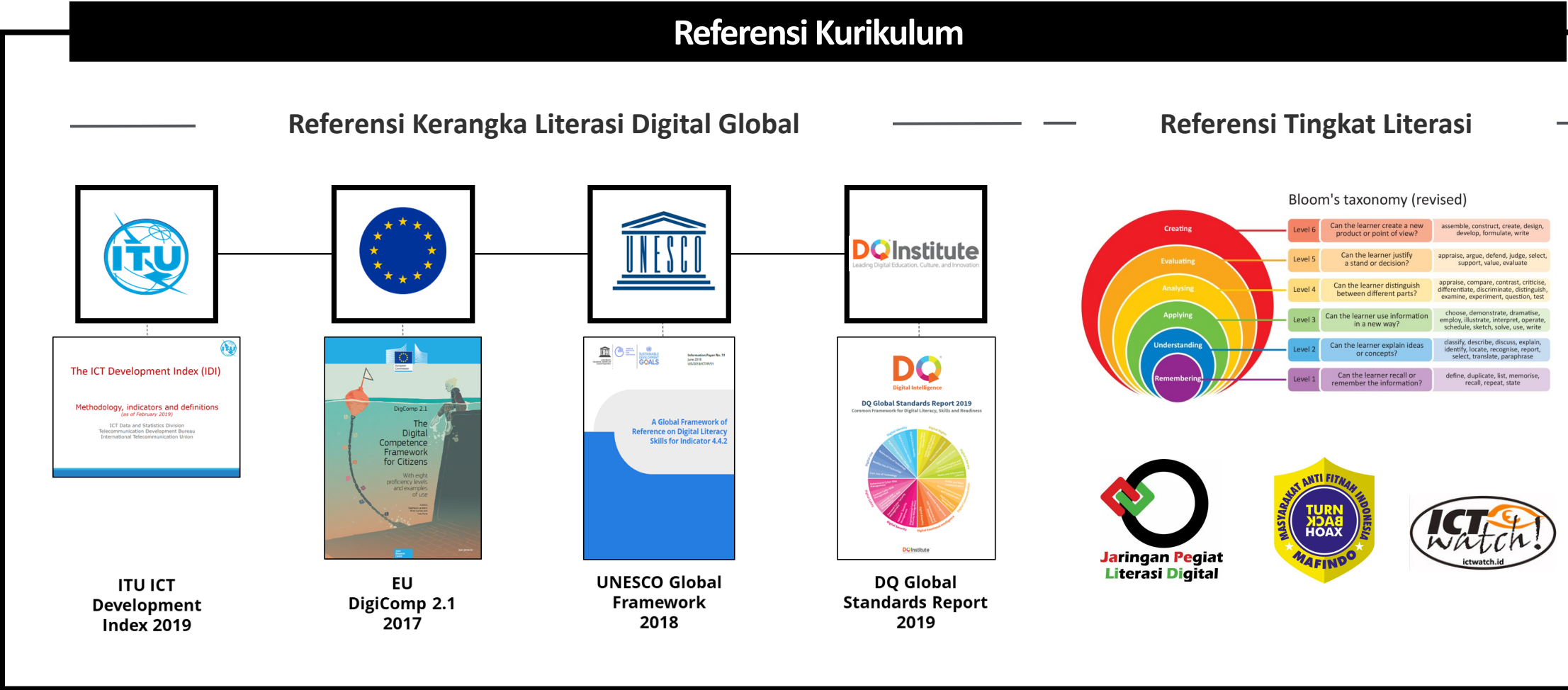


An illustration depicting digital ethics. A woman in a yellow shirt holds a megaphone, speaking to a group of people. A man sits on the floor with a laptop, and a woman in a yellow hijab stands with a laptop. A large smartphone screen shows a social media interface. A speech bubble says "Jangan lupa UU ITE ya, netizen" (Don't forget the ITE Law, netizen). Icons of a heart, thumbs up, and speech bubbles are also visible.

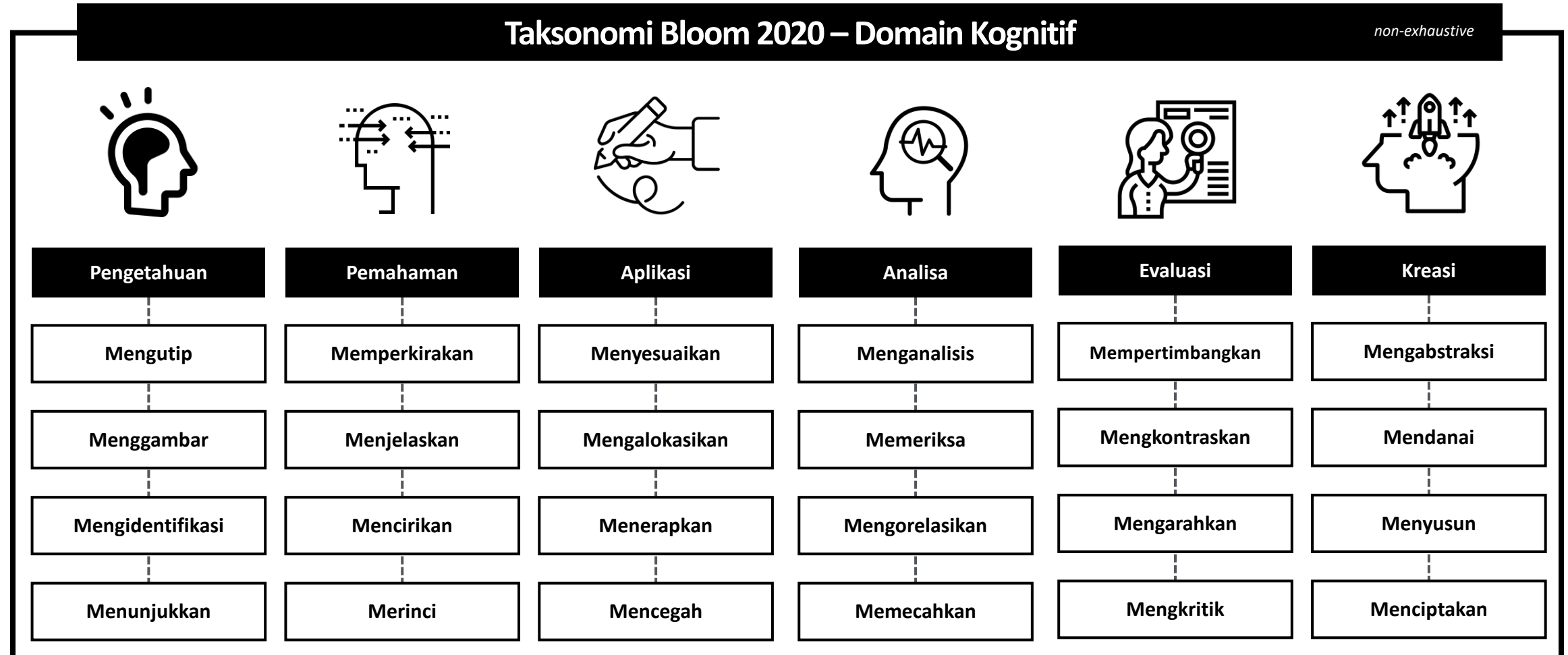
Penyusunan program dan kurikulum dibangun dari kerangka literasi digital yang dirangkai dari definisi *basic digital skills*



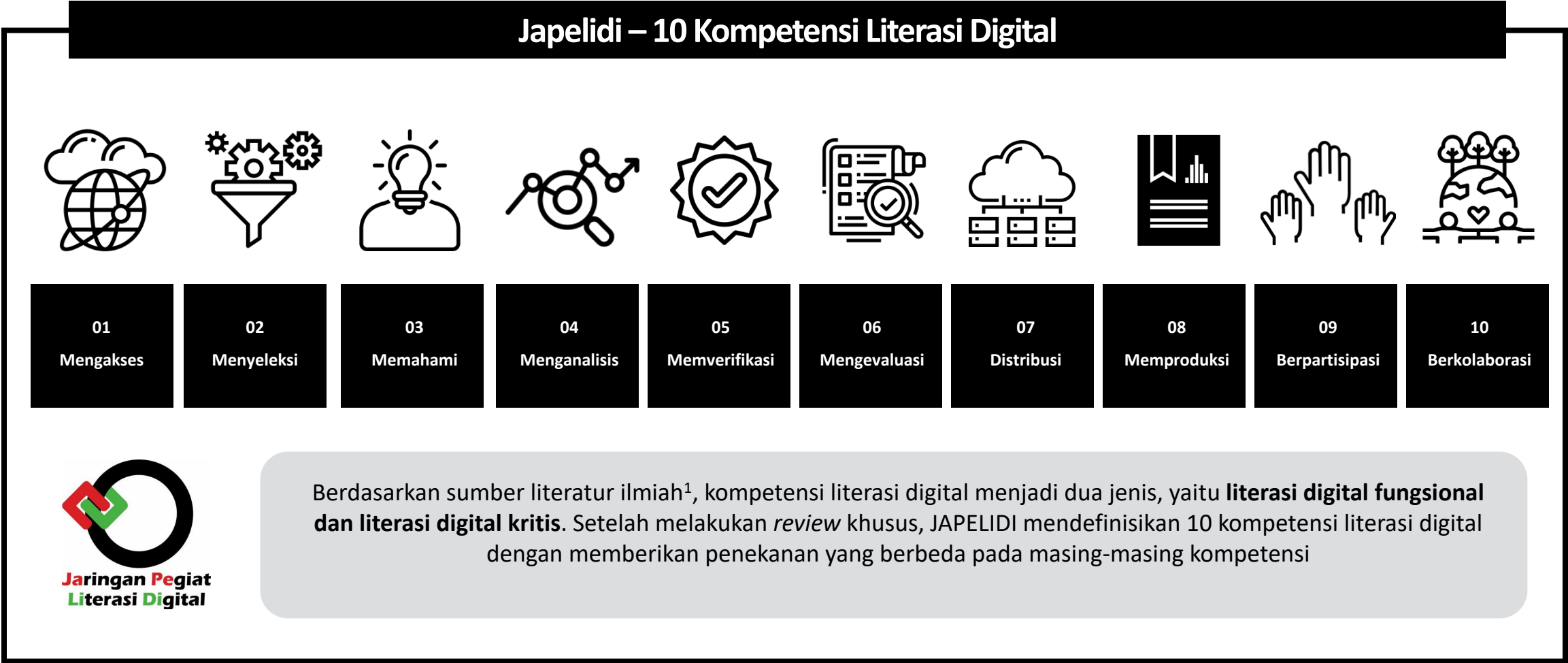
Penyusunan kurikulum dan tingkat literasi digital berangkat dari sejumlah referensi global dan nasional



Tingkatan literasi digital diukur berdasarkan kemampuan kognitif individu yang disusun dalam Taksonomi Bloom



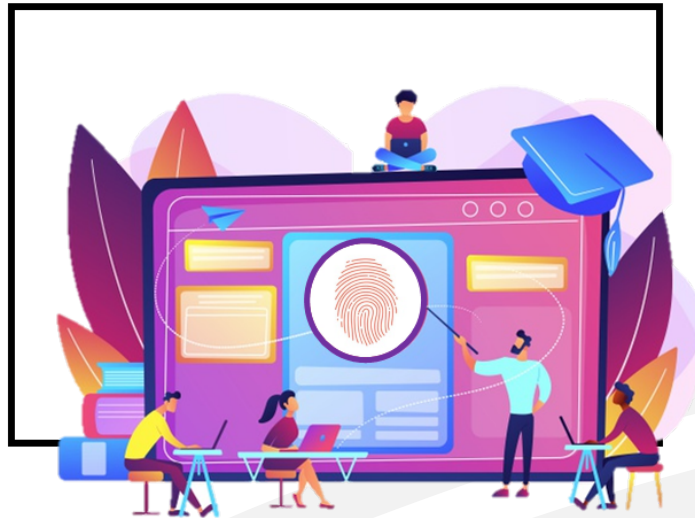
Japelidi juga telah mendefinisikan kompetensi literasi digital yang akan dipakai sebagai referensi kurikulum



Berdasarkan referensi tersebut, penyusunan kurikulum untuk *basic digital skills* kemudian dibagi atas 4 modul

Penyusunan Modul Kurikulum Dasar

Kurikulum Dasar



- ❑ Individu dapat menggunakan teknologi digital untuk **memenuhi kebutuhan hidup**

Modul Kurikulum Dasar A



- ❑ Operasionalisasi Platform dan Identitas Digital

Modul Kurikulum Dasar B



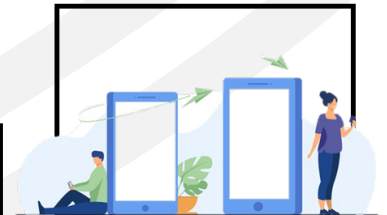
- ❑ Pencarian Data dan Informasi

Modul Kurikulum Dasar C



- ❑ Transaksi di Platform Digital

Modul Kurikulum Dasar D



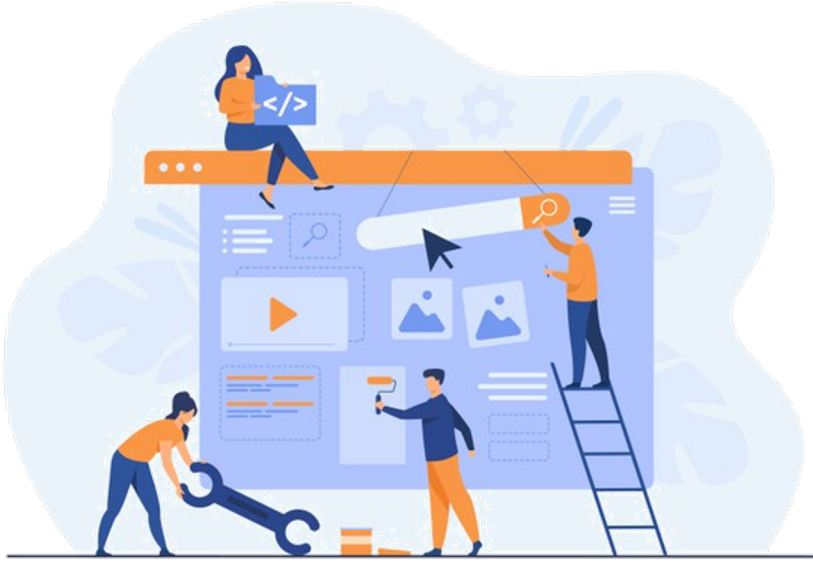
- ❑ Komunikasi dan Interaksi di Platform Digital

Modul Kurikulum Dasar untuk Digital Skills menekankan pada kompetensi teknis dalam pengoperasian teknologi digital



Digital Skills

Kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak TIK serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari



Dasar 1

- ☐ Pengetahuan dasar menggunakan perangkat keras digital (HP, PC)
- ☐ Pengetahuan dasar mengoperasikan piranti lunak (*software*) serta aplikasi

Dasar 2

- ☐ Pengetahuan dasar tentang mesin telusur (*search engine*) dalam mencari informasi dan data, memasukkan kata kunci dan memilah berita benar

Dasar 3

- ☐ Pengetahuan dasar tentang beragam aplikasi *chat* dan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi, mengunduh dan mengganti *Settings*

Dasar 4

- ☐ Pengetahuan dasar tentang beragam aplikasi dompet digital dan *e-commerce* untuk memantau keuangan dan bertransaksi secara digital

Modul Kurikulum Dasar untuk Digital Safety menekankan pada kemampuan untuk melindungi data dan identitas digital



Digital Safety

Kemampuan *user* dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis, menimbang, dan meningkatkan kesadaran keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari



Dasar 1

- ☐ Pengetahuan dasar fitur proteksi perangkat keras (kata sandi, *fingerprint*)
- ☐ Pengetahuan dasar memproteksi identitas digital (kata sandi)

Dasar 2

- ☐ Pengetahuan dasar dalam mencari informasi dan data yang valid dari sumber yang terverifikasi dan terpercaya, memahami *spam*, *phishing*

Dasar 3

- ☐ Pengetahuan dasar dalam memahami fitur keamanan platform digital dan menyadari adanya rekam jejak digital dalam memuat konten sosmed

Dasar 4

- ☐ Pengetahuan dasar perlindungan diri atas penipuan (*scam*) dalam transaksi digital serta protokol keamanan seperti PIN dan kode otentikasi

Modul Kurikulum Dasar untuk Digital Ethics menekankan pada pengetahuan individu akan tata kelola etika digital



Digital Ethics

Kemampuan *user* dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika digital



Dasar 1

- ❑ Pengetahuan dasar akan peraturan, regulasi yang berlaku, tata krama, dan etika berinternet (*netiquette*)

Dasar 2

- ❑ Pengetahuan dasar membedakan informasi apa saja yang mengandung *hoax* dan tidak sejalan dengan seperti pornografi, perundungan, dll.

Dasar 3

- ❑ Pengetahuan dasar berinteraksi, partisipasi dan kolaborasi di ruang digital yang sesuai dalam kaidah etika digital dan peraturan yang berlaku

Dasar 4

- ❑ Pengetahuan dasar bertransaksi secara elektronik dan berdagang di ruang digital yang sesuai dengan peraturan yang berlaku

Modul Kurikulum Dasar untuk Digital Culture menekankan pada kesadaran individu akan perilaku berbudaya Indonesia



Digital Culture

Kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa, dan membangun wawasan kebangsaan, nilai Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika



Dasar 1

- ☐ Pengetahuan dasar akan Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika sebagai landasan kehidupan berbudaya, berbangsa, dan berbahasa Indonesia

Dasar 2

- ☐ Pengetahuan dasar membedakan informasi mana saja yang tidak sejalan dengan nilai Pancasila di mesin telusur, seperti perpecahan, radikalisme, dll.

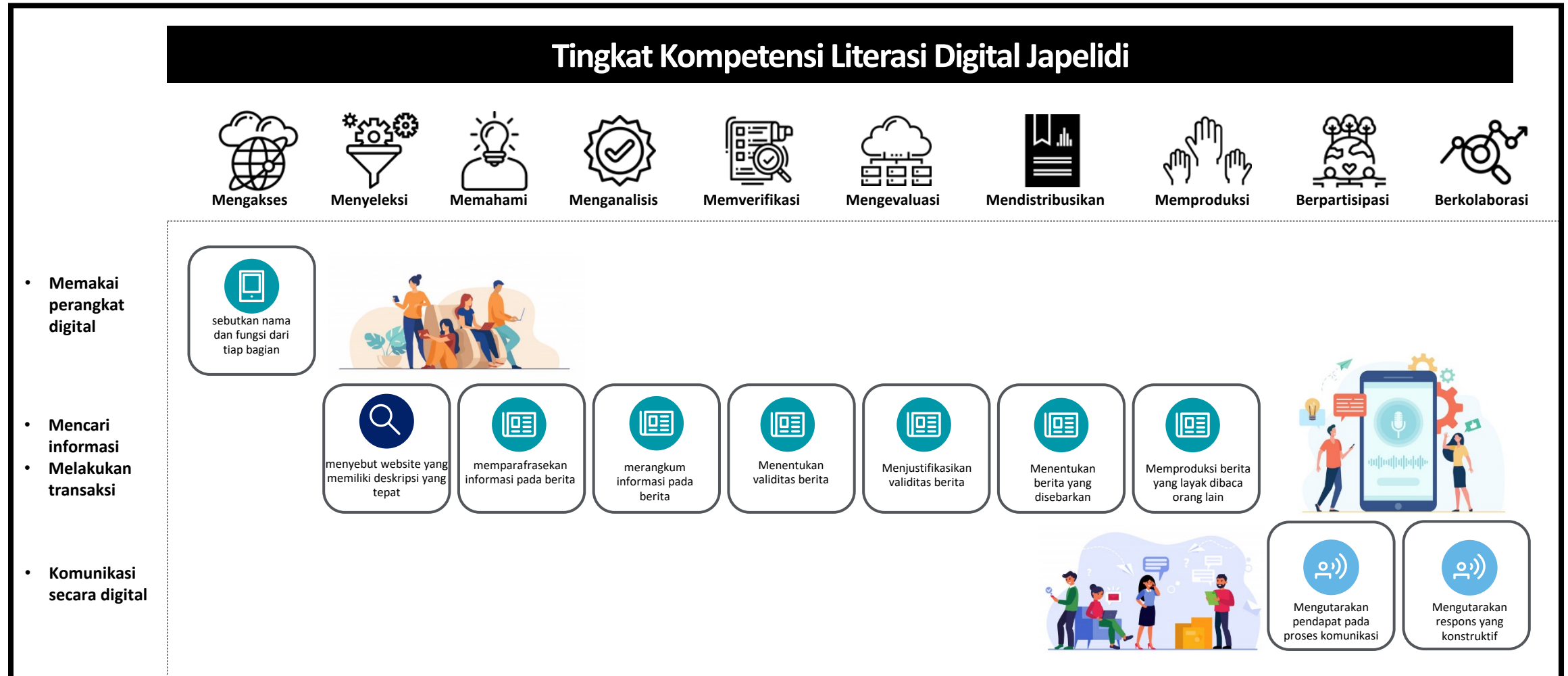
Dasar 3

- ☐ Pengetahuan dasar menggunakan Bahasa Indonesia baik dan benar dalam berkomunikasi, menjunjung nilai Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika

Dasar 4

- ☐ Pengetahuan dasar yang mendorong perilaku konsumsi sehat, menabung, mencintai produk dalam negeri dan kegiatan produktif lainnya

Metode evaluasi peningkatan kompetensi para peserta dari kurikulum program literasi digital secara terukur



Metode evaluasi keberhasilan program dapat mengadopsi pendekatan 9 metrik yang disusun Deloitte Bersin

Learning Measurement by Deloitte Bersin™



Penyusunan pustaka kurikulum literasi digital Kominfo

(non-exhaustive)		Digital Skills	Digital Security	Digital Culture	Digital Ethics
Kurikulum Dasar - 1 Operasionalisasi Platform dan Identitas Digital	Webinar Literasi Digital Sebagai Modal tercapainya SDGs Tema: Digital Society		Webinar : Memahami Data Pribadi Tema: Digital Governance		
Kurikulum Dasar - 2 Pencarian Informasi dan Data di Platform Digital	Asah Digital: Tips Mengenali Berita Palsu Tema: Digital Content & Lifestyle		Webinar Literasi Digital, Positif, Kreatif & Aman Tema: Digital Content & Lifestyle		Webinar : Nasionalisme Tugasnya Siapa? Tema: Digital Society
Kurikulum Dasar - 3 Komunikasi dan Interaksi di Platform Digital	Webinar: Bijak Bermedia Sosial, Bijak Sharing Data: Paham? Tema: Digital Content & Lifestyle		Webinar Digital Safety Tema: Digital Governance		Hangout: Pahlawan di Era Digital Tema: Digital Society
Kurikulum Dasar - 4 Transaksi dan Berusaha di Platform Digital	School of Influencer: Potensi Menjadi Kaya di Dunia Digital Tema: Digital Economy		Seminar Daring PDP : Jual Beli Data di Indonesia Tema: Digital Governance		Ecotalk : UMKM Survival Mode Tema: Digital Economy
Kurikulum Madya - 5 Produktivitas dalam Platform Digital	Podcast Siberkreasi Tema: Digital Content & Lifestyle		#Berkreasi di IG Live : Galeri Privasi Pertama di Indonesia Tema: Digital Content & Lifestyle		Webinar: Merdeka dan Berdaya Tema: Digital Society
Kurikulum Mahir - 6 Penciptaan Konten dan Platform Digital	Berkreasi diradio : Mengenal Artificial Intelligence Tema: Digital Content & Lifestyle		Empowering a Reliable Safer & Digitally Connected Workshop Tema: Digital Society		Batik Siberkreasi Tema: Digital Content & Lifestyle

Sebagai tindak lanjut diperlukan pemetaan lebih lengkap atas seluruh materi dan konten yang telah disusun mitra Siberkreasi

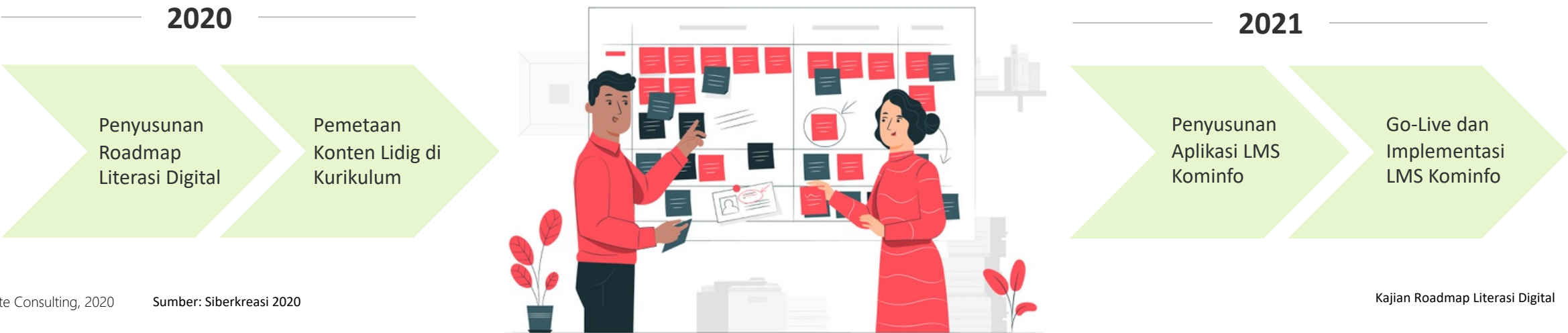
Konten Kolaborasi 108 Mitra Siberkreasi



- Sampai tahun 2020, tercatat telah ada 17 artikel dan berita, 1,034 poster yang terpasang di media sosial Instagram, 17 Infografis dan 78 Publikasi e-book, serta 38 Video Literasi Digital, dan podcast
- Seluruh materi dan konten yang diunggah oleh kontributor telah mendapat lisensi Creative Commons dan bebas diunduh publik

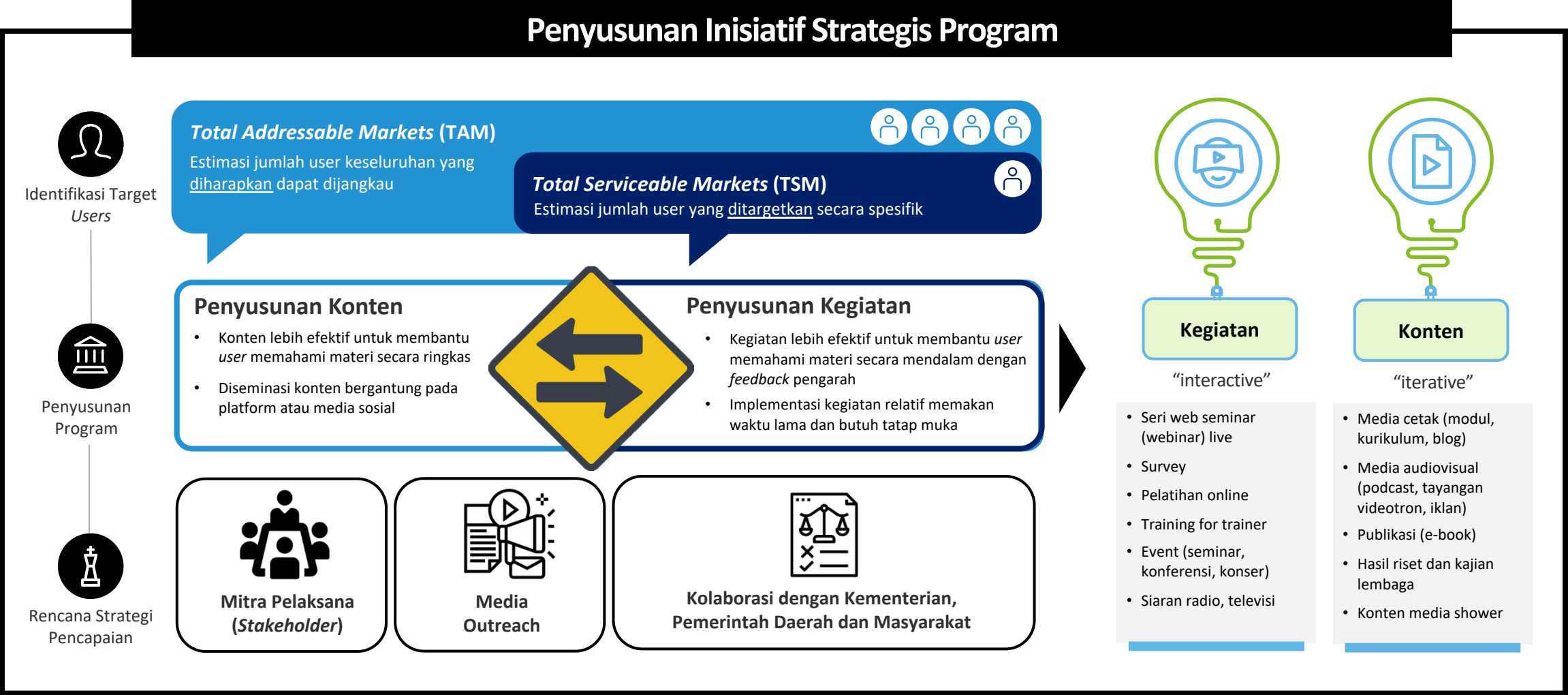
Pemetaan Pustaka Konten Siberkreasi (non-exhaustive)

(non-exhaustive)	Digital Skills	Digital Security	Digital Culture	Digital Ethics
Kurikulum Dasar - 1 Operasionalisasi Platform dan Identitas Digital	Webinar Literasi Digital Sebagai Modal tercapainya SDGs Tema: Digital Society	Webinar: Memahami Data Pribadi Tema: Digital Governance		
Kurikulum Dasar - 2 Pencarian Informasi dan Data di Platform Digital	Asah Digital: Tips Mengenal Berita Palsu Tema: Digital Content & Lifestyle	Webinar Literasi Digital, Positif, Kreatif & Aman Tema: Digital Content & Lifestyle	Webinar: Nasionalisme Tugasnya Siapa? Tema: Digital Society	Yuk, Tanggap dan Bijak Berbagi Informasi Bencana Alam melalui Aplikasi Chat Tema: Digital Content & Lifestyle
Kurikulum Dasar - 3 Komunikasi dan Interaksi di Platform Digital	Webinar: Bijak Bermedia Sosial, Bijak Sharing Data: Paham? Tema: Digital Content & Lifestyle	Webinar Digital Safety Tema: Digital Governance	Hangout: Pahlawan di Era Digital Tema: Digital Society	Facebook Post: Etika Offline & Online Tema: Digital Society
Kurikulum Dasar - 4 Transaksi dan Berusaha di Platform Digital	School of Influencer: Potensi Menjadi Kaya di Dunia Digital Tema: Digital Economy	Seminar Daring PDP: Jual Beli Data di Indonesia Tema: Digital Governance	Ecotalk: UMKM Survival Mode Tema: Digital Economy	Offline Online Tema: Digital Society
Kurikulum Madya - 5 Produktivitas dalam Platform Digital	Podcast Siberkreasi Tema: Digital Content & Lifestyle	#Berkreasi di IG Live: Galeri Privasi Pertama di Indonesia Tema: Digital Content & Lifestyle	Webinar: Merdeka dan Berdaya Tema: Digital Society	Siberkreasi Class 2019: Literasi Digital & Etika Dunia Siber Tema: Digital Content & Lifestyle
Kurikulum Mahir - 6 Penciptaan Konten dan Platform Digital	Berkreasi diradio: Mengenal Artificial Intelligence Tema: Digital Content & Lifestyle	Empowering a Reliable Safer & Digitally Connected Workshop Tema: Digital Society	Batik Siberkreasi Tema: Digital Content & Lifestyle	Asah Digital: Etika Warga Digital Tema: Digital Society

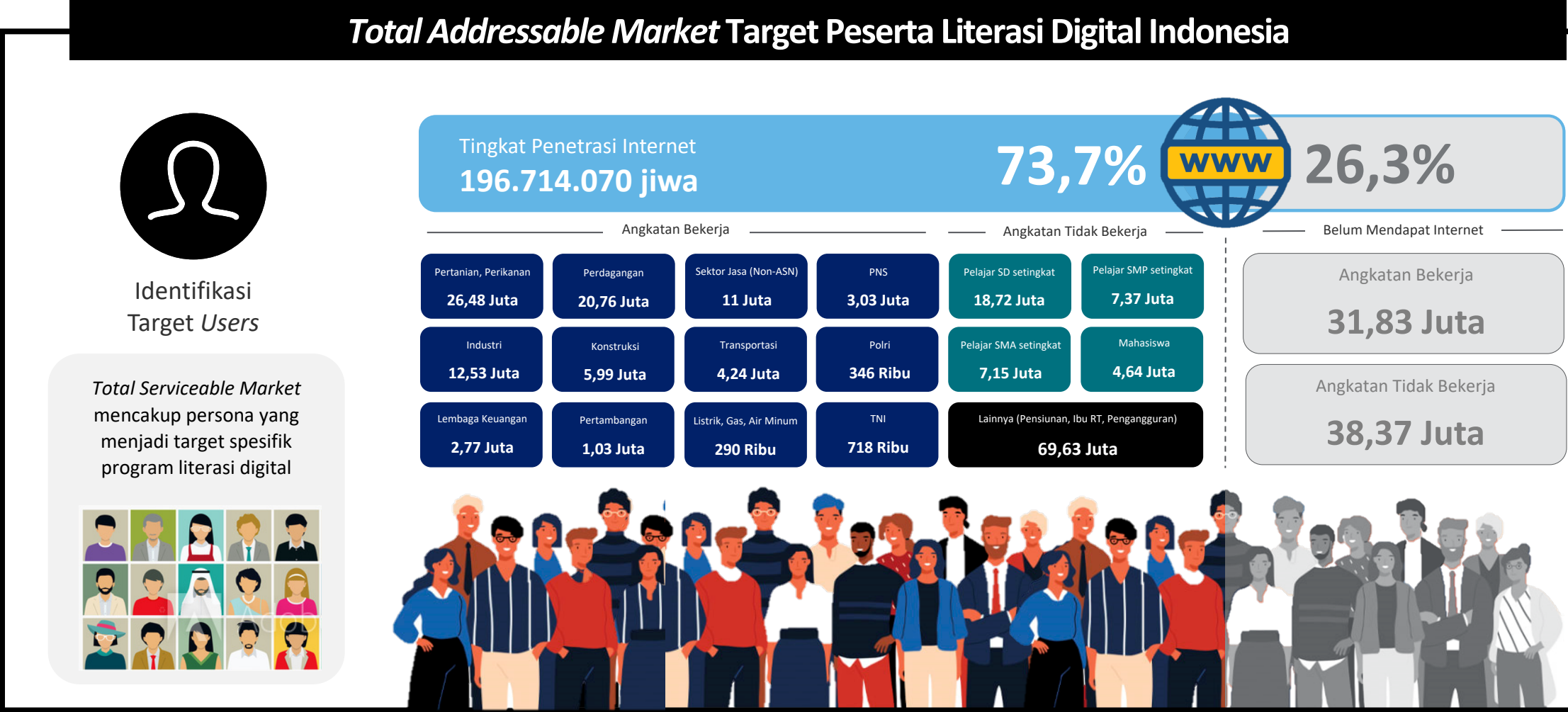


Inisiatif Strategis Program Literasi Digital

Terdapat tiga langkah dalam merumuskan strategi pencapaian dengan mengidentifikasi target *user* dan program



Estimasi jumlah TAM berangkat dari data tingkat penetrasi internet sedangkan TSM akan disesuaikan dengan Persona



Strategi penyusunan program literasi digital dibagi menjadi pelaksanaan kegiatan dan penyusunan konten

Strategi Penyusunan Program



Penyusunan Program

Pemilihan jenis program bergantung pada target Persona dan waktu pelaksanaan



Kegiatan

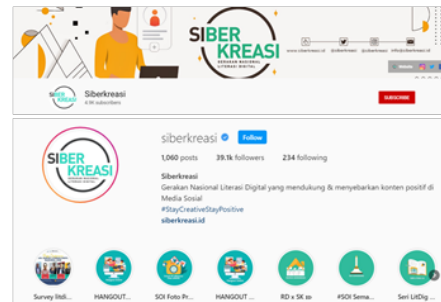


Konten

Konten Siberkreasi

Waktu:

Beragam



Target Persona:
Masyarakat Umum

Webinar Literasi Digital

Waktu:

November 2020



Target Persona:
Masyarakat Umum

Webinar COVID-19 oleh Halodoc

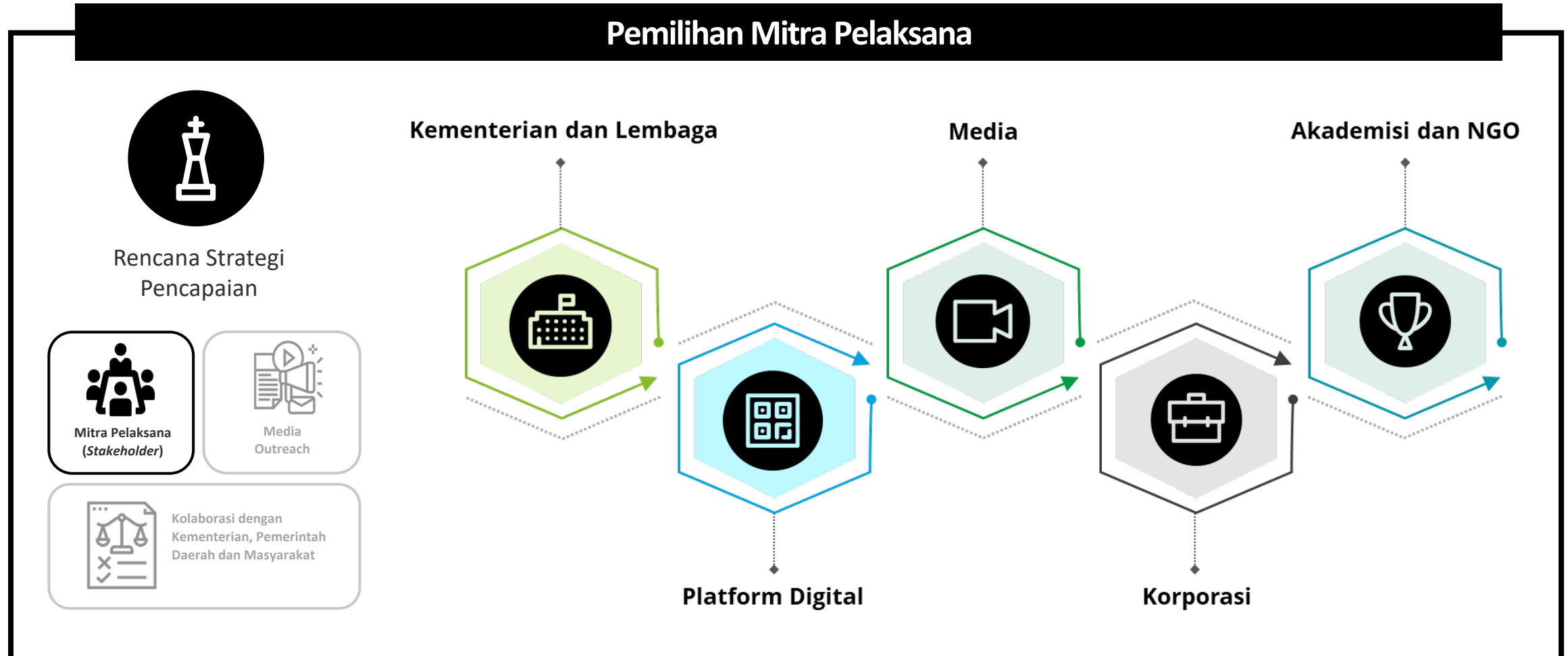
Waktu:

April 2020

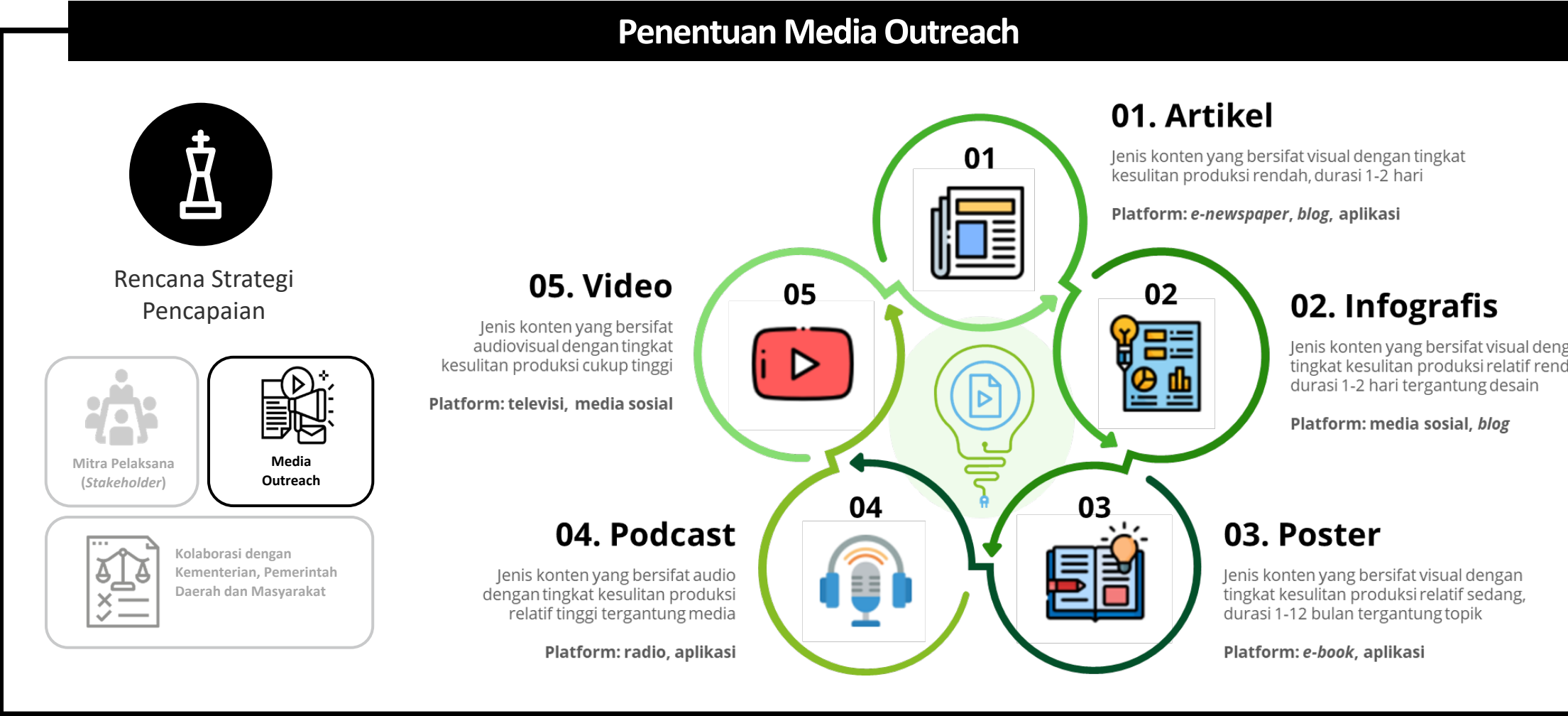


Target Persona:
UMKM

Untuk melaksanakan kegiatan, diperlukan sejumlah mitra pelaksana strategis yang dapat diajak untuk bekerja sama



Dalam penyusunan konten, penentuan *channel* media berperan penting memastikan *outreach* ke target peserta



Keterlibatan pihak kementerian juga mendorong tersusunnya kebijakan yang tepat untuk mendukung kesuksesan program



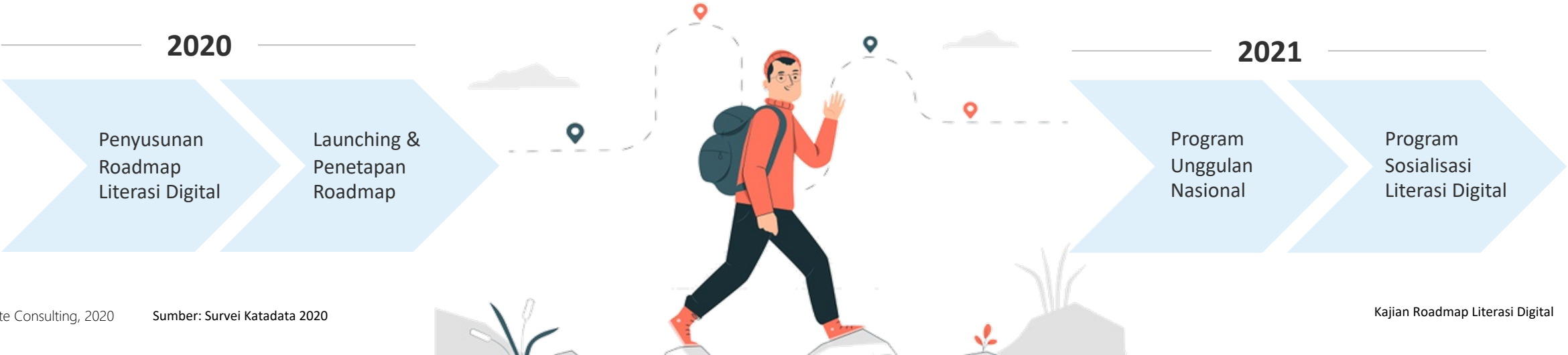
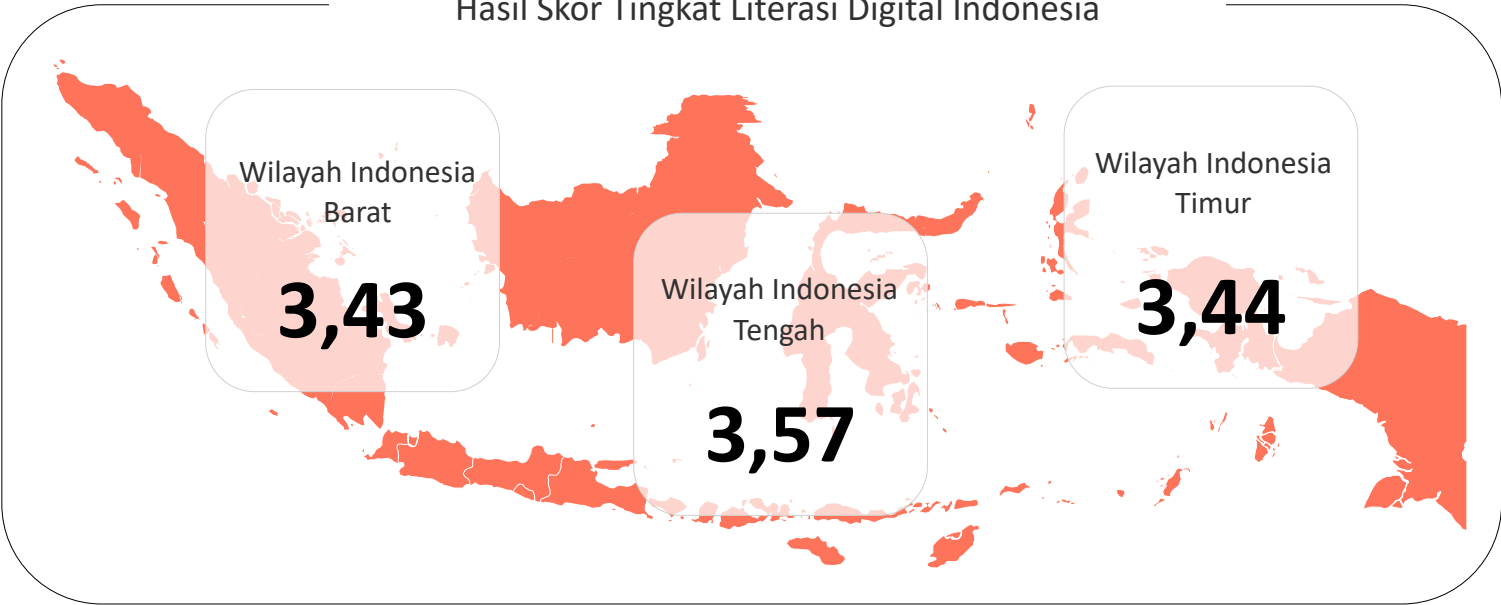
Sebagai tindak lanjut diperlukan perumusan program unggulan nasional dan aktivitas *roadshow* ke tingkat daerah

Survey Status Literasi Digital di Indonesia 34 Provinsi



- Survey ini dilakukan untuk mengukur Literasi Digital dengan menggunakan kerangka “A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills” (UNESCO, 2018)
- Melalui survei ini, responden diminta untuk mengisi 28 pertanyaan yang disusun menjadi 7 pilar, 4 sub-indeks, dan sebuah Indeks Literasi Digital

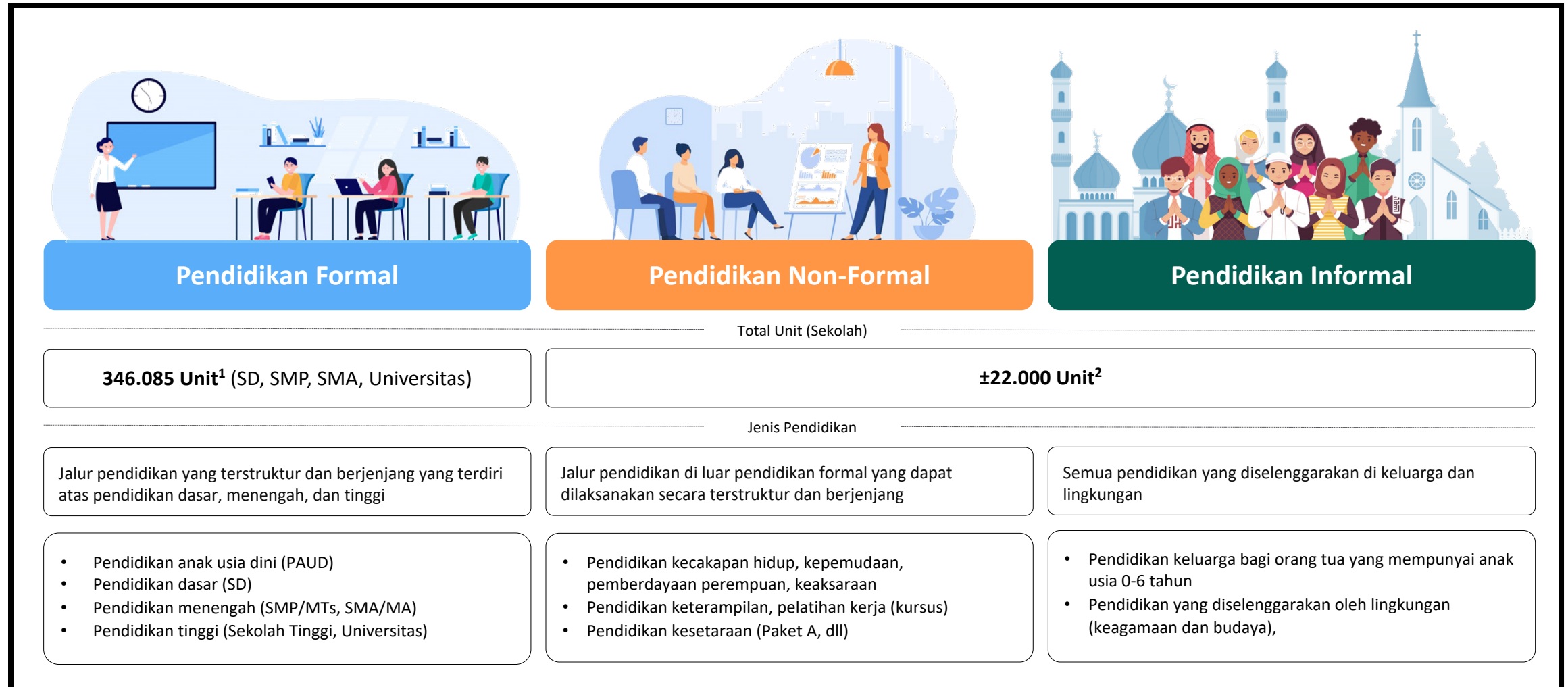
Hasil Skor Tingkat Literasi Digital Indonesia



Program Kegiatan Literasi Digital



Program kegiatan literasi digital akan diimplementasi melalui 3 jalur pendidikan yang didefinisikan di dalam UU No. 20/2003

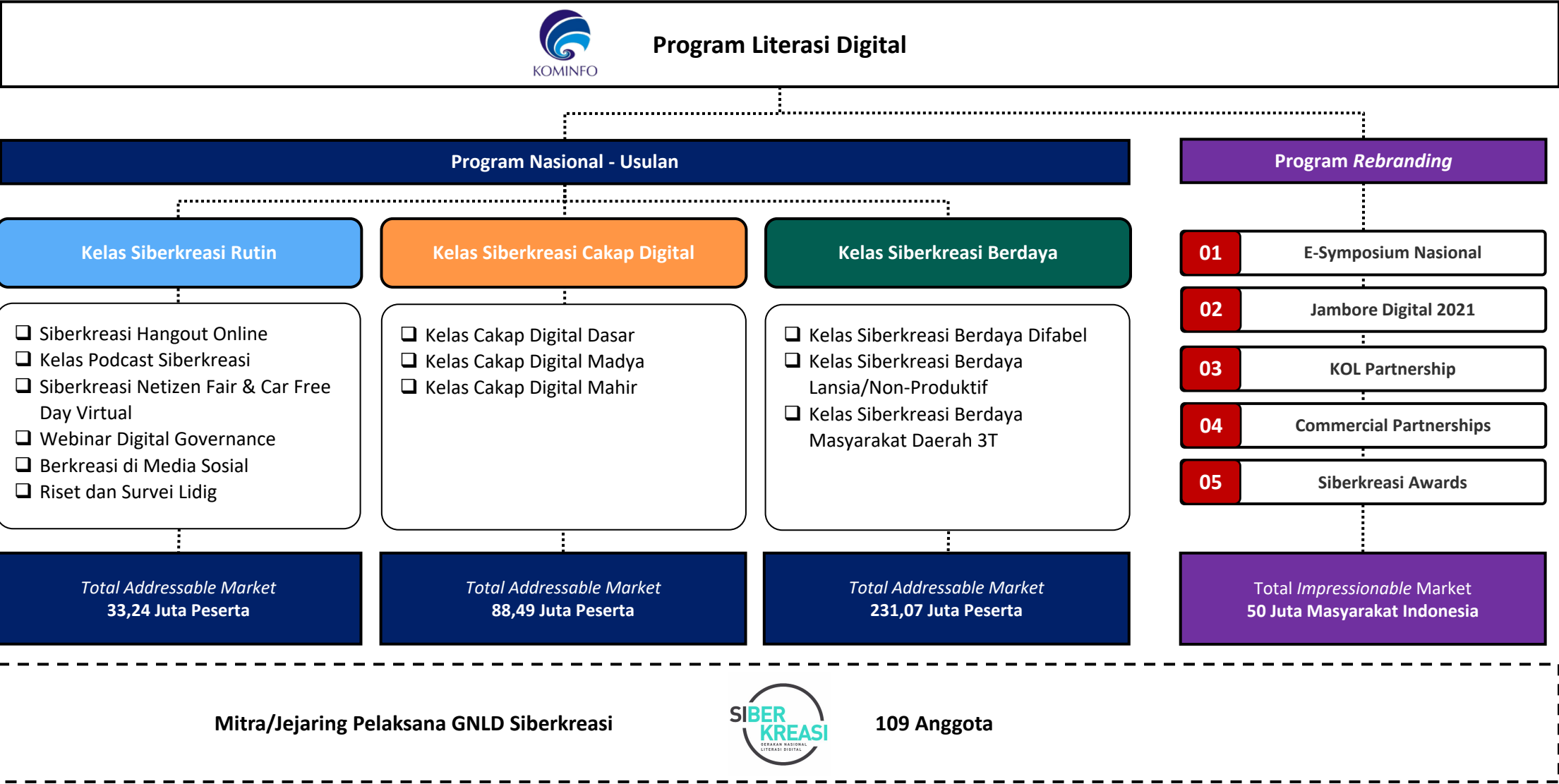


Sumber: Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010

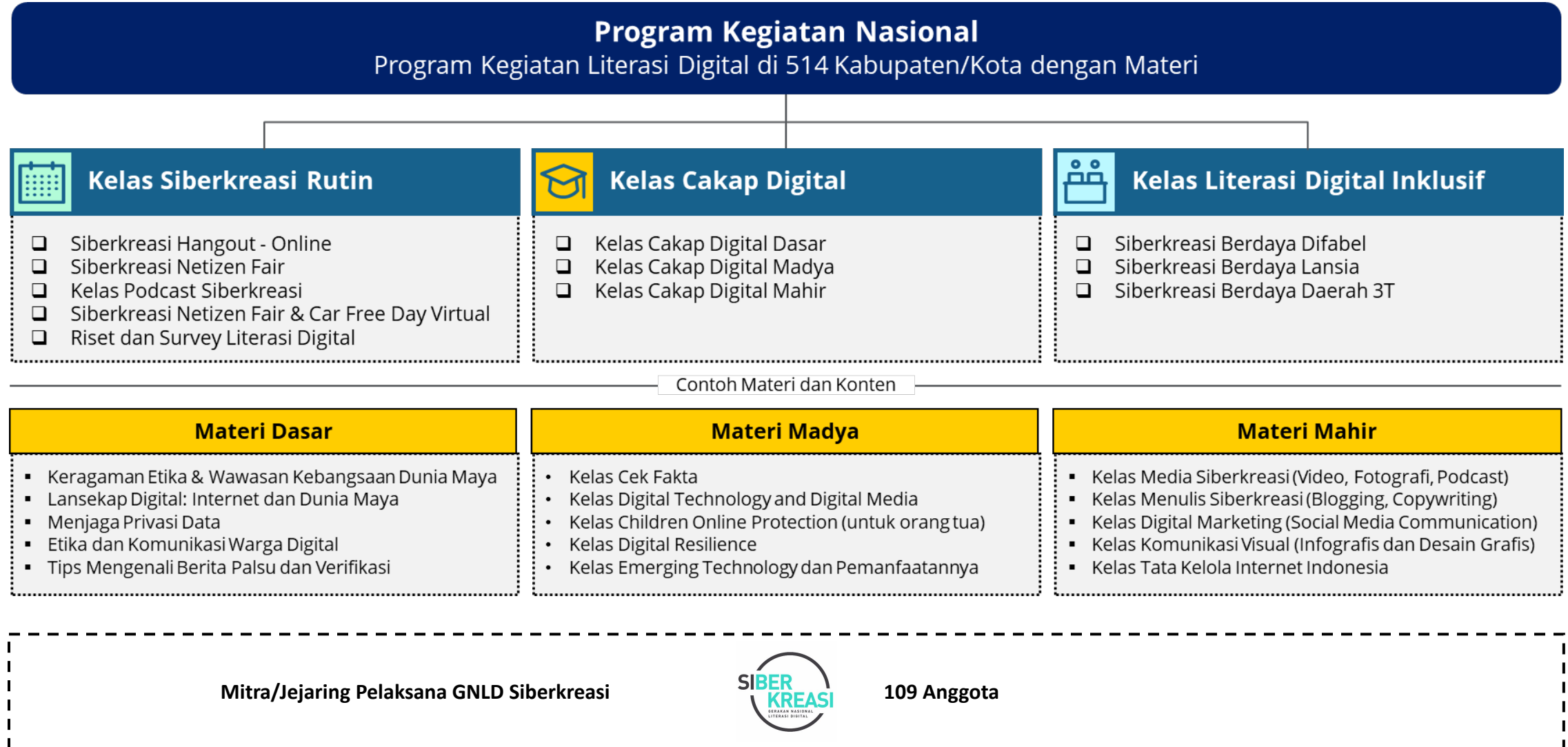
¹http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_03351F6F-A355-4531-9DC1-109E5E4C6C17_.pdf

²<https://www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/pr-01343459/pendidikan-nonformal-diakomodasi-dalam-struktur-dede-yusuf-kursus-6-bulan-lebih-gampang-kerja-ketimbang-masuk-smk-3-tahun>

Rancangan Penyusunan Program Literasi Digital 2021-2024



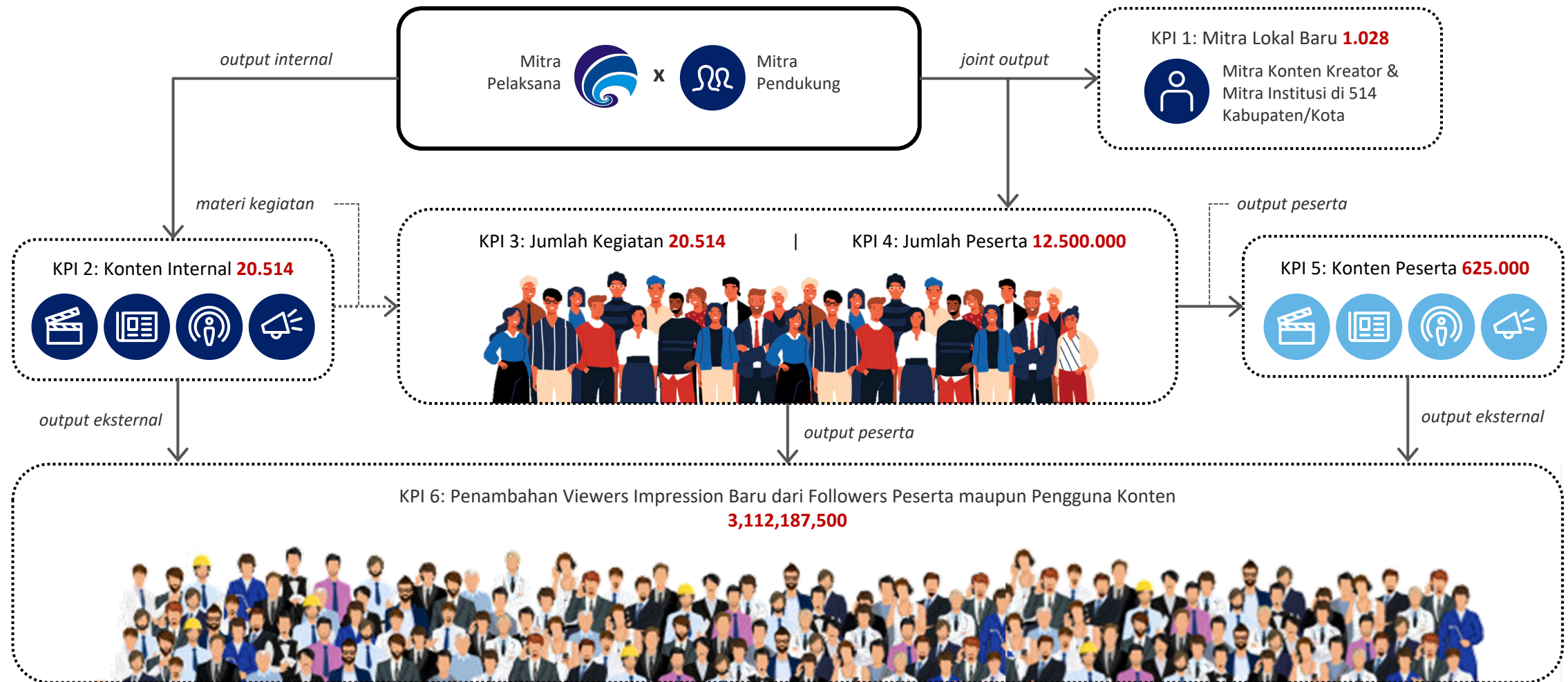
Program ini distrategikan untuk mencapai ke akar rumput



Penyusunan milestone program 2020-2024



Penyusunan cascading KPI program 2020-2024



Identifikasi mitra literasi digital dan peranan dalam berkolaborasi

*hanya bersifat ilustratif

A Mitra Institusi Pemerintah K/L



- Dukungan kebijakan relevan
- Menjadi strategic partner kegiatan bersama di berbagai wilayah

B Mitra Komunitas



- Menjadi mitra pelaksana kegiatan, penyuluh/narasumber serta menyusun konten/materi bersama

C Mitra Lembaga Riset dan Perguruan Tinggi



- Mitra untuk menyusun kurikulum literasi digital
- Merancang dan mendampingi kegiatan survey/evaluasi/riset

D Mitra Provider/Telekomunikasi



- Menjadi mitra untuk memberikan informasi kegiatan literasi digital melalui sms blast dan landing page di website

E Mitra Media dan Platform Digital



- Menjadi platform untuk media shower
- Menyiarkan kegiatan secara online
- Menjadi mitra pelaksana kegiatan, narasumber, dan menyusun konten bersama

F Mitra Lembaga Internasional



- Menyediakan expert untuk sharing knowledge, technical assistant kurikulum internasional literasi digital

Program kegiatan literasi digital di jalur pendidikan formal menggunakan konten yang disusun Kemdikbud dan Kominfo

Estimasi *Audience*

33,24 Juta Pelajar SD-SMP-SMA-SMK



Fokus Konten: Digital Skills, Security, Culture, Ethics



Sosialisasi Silabus Mata Pelajaran TIK/Informatika untuk Pelajar SD-SMA dan Kurikulum Coding SMK



Sosialisasi dilakukan berdasarkan kolaborasi dengan **Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, UNICEF, startup bidang pendidikan (Ruangguru, Zenius)** dan lembaga lainnya yang terkait



Konten menggunakan silabus yang disusun oleh Kemendikbud yang ditetapkan oleh **Permendikbud No. 37 tahun 2018** dan **kurikulum coding** yang disusun Kemenkominfo untuk pelajar tingkat SMK



Waktu pelaksanaan program kegiatan sosialisasi kurikulum berlangsung sejalan dengan **kegiatan belajar mengajar di sekolah seluruh Indonesia**.

Program kegiatan literasi digital di jalur pendidikan non-formal menggunakan pendekatan kolaboratif dengan pemda

Estimasi Audience

88,49 Juta Angkatan Bekerja



Fokus Konten: Digital Skills & Digital Security



Kelas Cakap Digital

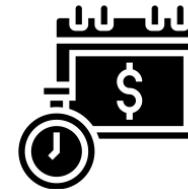
Program Kegiatan Literasi Digital
di 34 Provinsi dan 514 Kabupaten/Kota



Pelatihan dilakukan kolaborasi Kominfo dengan kementerian dan lembaga, pemerintah daerah, lembaga donor, asosiasi industri, startup, dsb. Estimasi total **47.348 jumlah kegiatan** di tahun 2021 untuk mencapai **target 12,5 juta peserta**

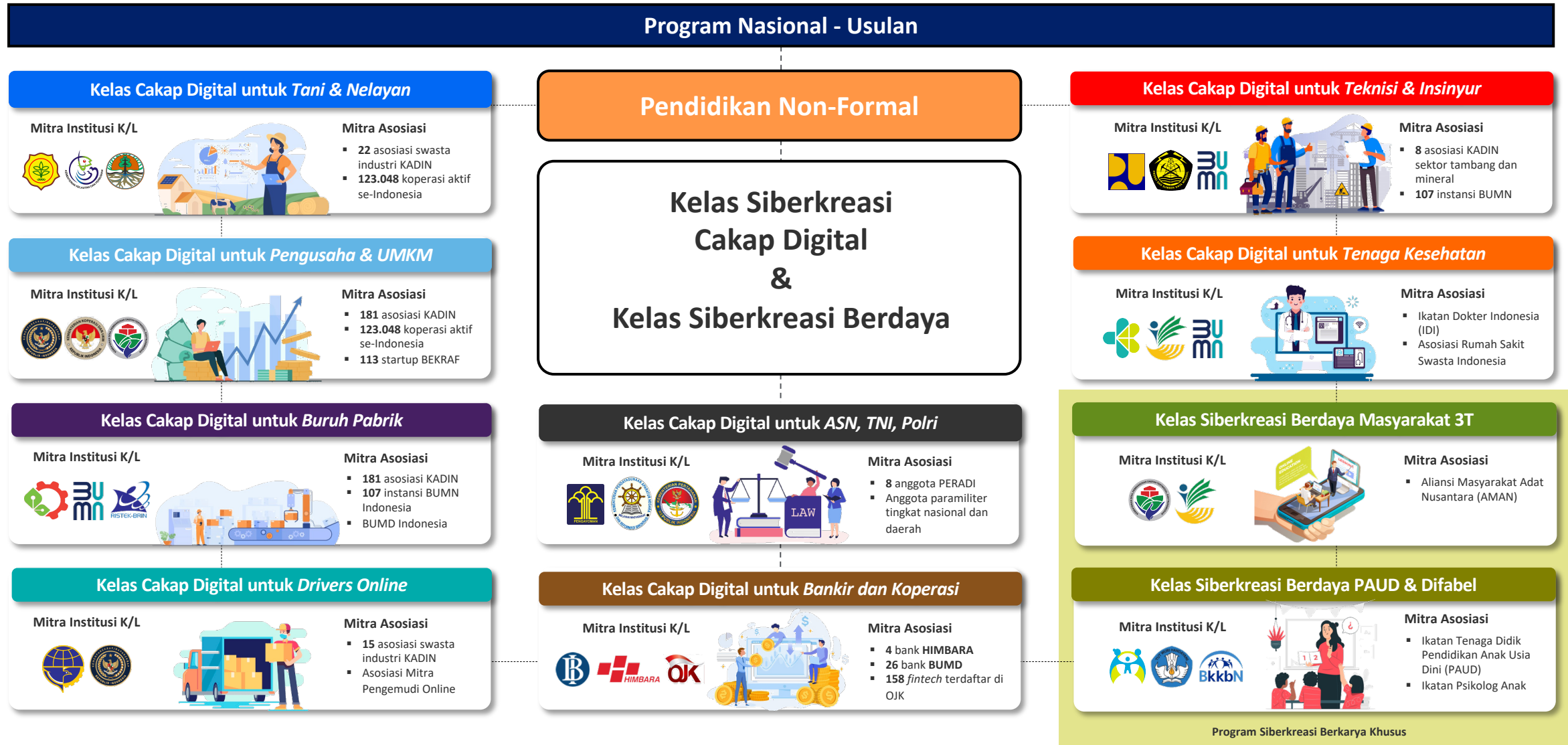


Konten menggunakan **Kurikulum Dasar dan Madya** yang akan disusun dan dikembangkan oleh **mitra Siberkreasi** bersama dengan **Kominfo**.



Waktu pelaksanaan program kegiatan sosialisasi kurikulum berlangsung selama setahun dengan **menargetkan 514 pemerintah kabupaten/kota** serta **dinas provinsi terkait**

Program Siberkreasi Cakap Digital & Berdaya akan bermitra dengan instansi pemerintah, swasta, tenaga profesional



Sejumlah lembaga internasional berpeluang untuk bermitra

UNIDO
Industry 4.0



World Bank
Webinar Digital Literacy



UNICEF
Markoding Innovation Challenge



UNESCO
“Merajut Indonesia” melalui Digitalisasi Aksara Nusantara



ILO
Kelas & Webinar berkaitan dengan Digital



FAO
Aplikasi “Petelur.id” untuk produktivitas petani



Lembaga kerja sama bilateral juga memiliki program digital

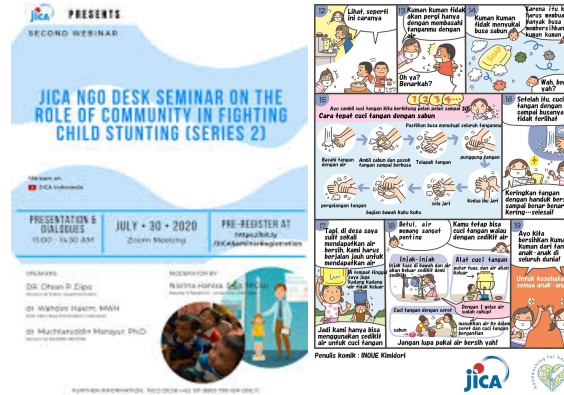
UK Indonesia Tech Hub

Program Tech To Impact



JICA

Online Webinar & E-Poster



KOICA

Penguatan E-Governance



ASEAN Secretariat

Regional Conference
ASEAN ICTO



USAID

Pembangunan Tenaga Kerja (Literasi
Digital salah satu fokus)



Prospera (Australia)

Online Webinar



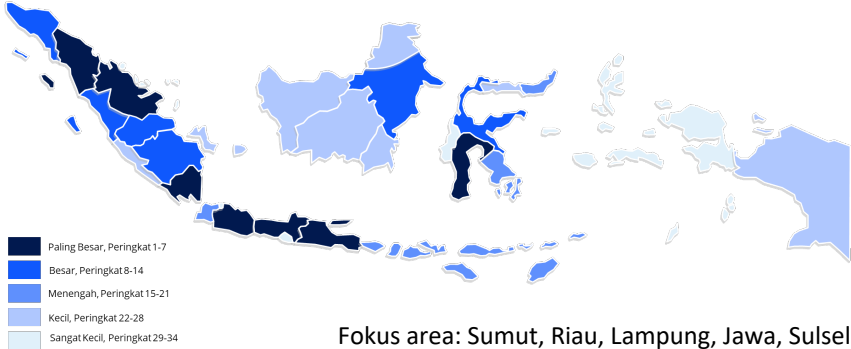
Simulasi Program Kegiatan Literasi Digital

Program Kegiatan Non-Formal 1: Kerjasama Publik dan Swasta dalam memberikan pelatihan kepada para pekerja

Total Addressable Market
**26,48 Juta Petani, Nelayan, Polisi
Hutan**

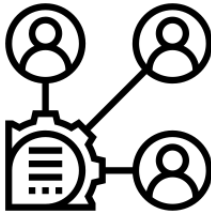


Peta Sektor Pertanian Berdasarkan PDRB



Fokus area: Sumut, Riau, Lampung, Jawa, Sulsel

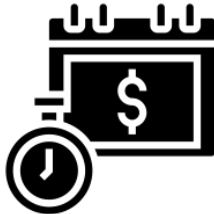
Pelatihan Kemampuan Digital Smart Farming, e-Fisheries, dan Mandala Agri



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kementan, KKP, KLHK, Kementerian Desa, Asosiasi Petani Indonesia, FAO, UNEP, Startup** bidang pertanian, perikanan, lingkungan hidup dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun oleh *content creator* Siberkreasi bertujuan mengajarkan pekerja sektoral akan kegunaan serta dampak positif dari teknologi terhadap hasil panen dan konservasi disertai pembekalan materi keamanan siber



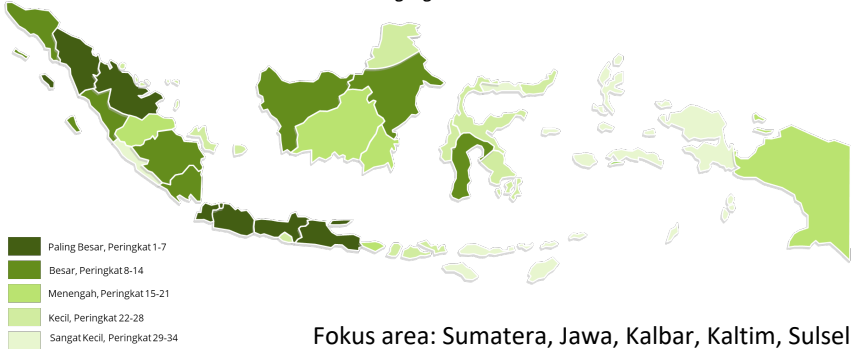
Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x dalam sebulan secara intensif** di Balai Desa dan Pusdiklat Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan dan Pertanian setiap daerah oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Terdapat pre-test dan post-test yang juga harus diikuti peserta setiap akhir tahun

Program Kegiatan Non-Formal 2: Pelatihan e-Commerce kepada pedagang UMKM untuk mendukung kemajuan bisnis

Total Addressable Market
20,76 Juta Pedagang Nasional

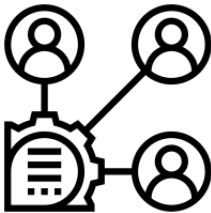


Peta Sektor Perdagangan Berdasarkan PDRB



Fokus area: Sumatera, Jawa, Kalbar, Kaltim, Sulsel

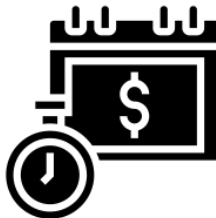
e-Commerce Training kepada Pedagang UMKM



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dan **Kemendag**, **Kemenkop UMKM**, **Kemenparekraf**, **BI**, **Perwakilan Digital Nusantara Advertising untuk Siberkreasi**, **Perwakilan Gerakan Nasional 1000 Startup Digital untuk Siberkreasi**, **KADIN**, dan **UNDP**



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi bertujuan agar pedagang mendapatkan pelatihan untuk mengakses *marketplace* dan prospek *online* serta membuat promosi digitalnya sendiri sesuai hukum ITE



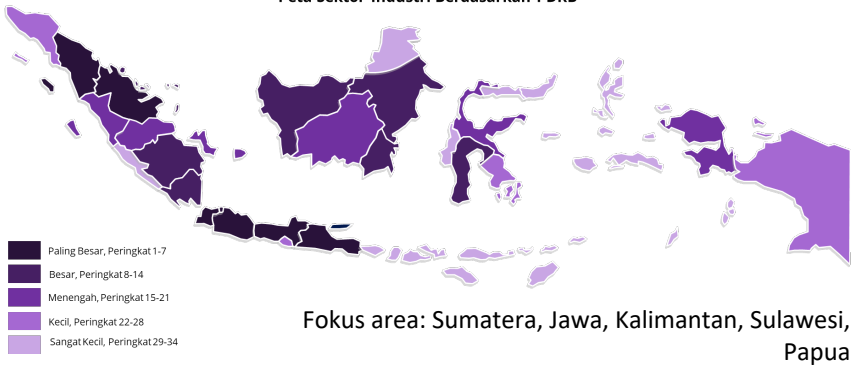
Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di Pusdiklat Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 4x dalam sebulan selama 3 bulan secara intensif**. Selain itu, terdapat pre-test dan post-test yang juga harus diikuti oleh pedagang setiap akhir tahun

Program Kegiatan Non-Formal 3: Pelatihan Smart Factory Indonesia dan teknologi Revolusi Industri 4.0

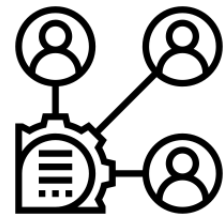
Total Addressable Market
12,53 Juta Insinyur, Tenaga Pabrik,
dan Teknisi



Peta Sektor Industri Berdasarkan PDRB



Pelatihan Smart Factory Indonesia tentang Revolusi Industri 4.0



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenperin, KemenBUMN, Bappenas, BKPM, Perusahaan Swasta, UNIDO, Asosiasi Buruh, Startup** bidang industri dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi bertujuan mengajarkan pekerja di bidang industri tentang kegunaan serta dampak positif dari teknologi Industry 4.0 serta pentingnya internet sehat dan keamanan siber



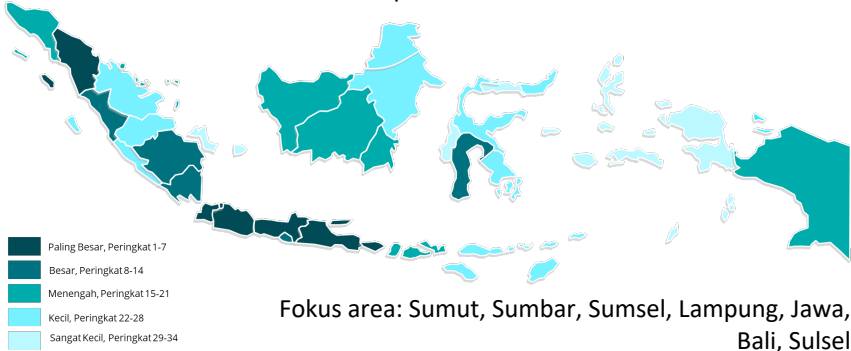
Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di Pusdiklat Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x dalam sebulan secara intensif** oleh mitra Siberkreasi. Sertifikasi program akan diberikan setelah ujian akhir pada akhir tahun setelah mengikuti pre-test dan post-test.

Program Kegiatan Non-Formal 4: Program pelatihan pengembangan kewirausahaan Smart Logistics Indonesia

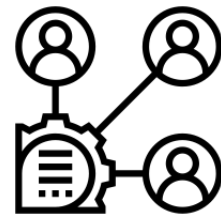
Total Addressable Market
4,24 Juta Pengusaha Logistik dan Transportasi



Peta Sektor Transportasi Berdasarkan PDRB



Program Pelatihan Pengembangan Kewirausahaan Smart Logistics Indonesia



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenhub, Kemenkop UMKM, Kemenparekraf, APTRINDO** (Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia), **UNIDO, Perusahaan Swasta, dan Startup** bidang transportasi (Grab, Gojek, Lalamove) dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang bertujuan mengajarkan pekerja di bidang transportasi dan logistik tentang kewirausahaan digital dan implementasinya dalam industri transportasi



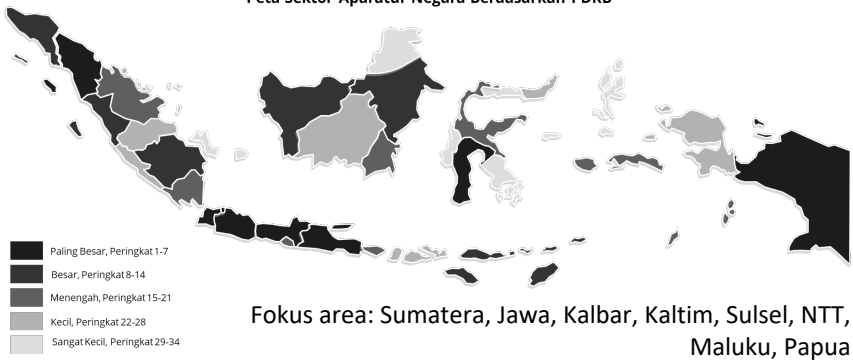
Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di **Pusdiklat Dinas Perhubungan**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 4x sebulan dalam sebulan secara intensif** oleh mitra Siberkreasi. Sertifikasi program akan diberikan setelah ujian akhir pada akhir tahun setelah mengikuti pre-test dan post-test.

Program Kegiatan Non-Formal 5: Pelatihan Perancangan Sistem e-Government untuk seluruh ASN se-Indonesia

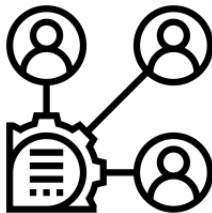
Total Addressable Market
4,1 Juta Aparatur Sipil Negara



Peta Sektor Aparatur Negara Berdasarkan PDRB



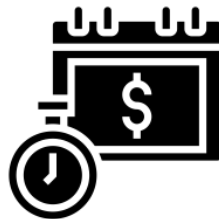
Pelatihan Perencanaan Sistem e-Government



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dan **seluruh Kementerian dan Lembaga** (khususnya Kementerian PAN-RB), **TNI, Polri, lembaga donor, pemerintah kota setempat, dan pamong praja**



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang berfokus pada pengembangan sistem e-government terintegrasi antar badan pemerintah dan pembentukan akademi digital dan memberikan pelatihan skill digital



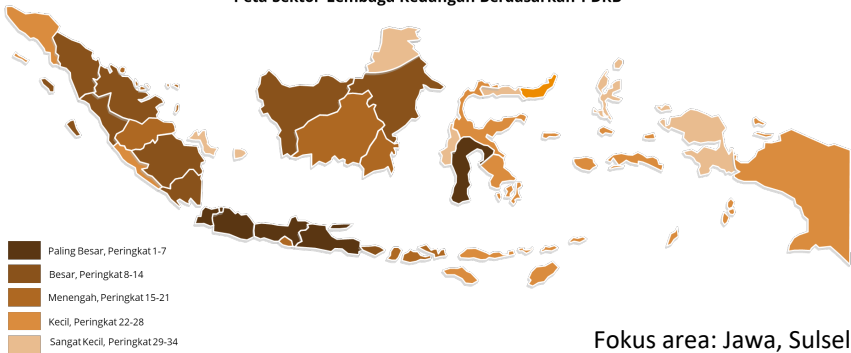
Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di **Pusdiklat Biro Pemerintahan Setda, Biro Organisasi Dan Reformasi Birokrasi, Badan Kepegawaian Daerah, dan Akademi TNI dan Polri**. Durasi pelaksanaan program **selama 1 tahun secara intensif**. Selain itu, terdapat test yang juga harus diikuti oleh peserta ASN setiap akhir tahun

Program Kegiatan Non-Formal 6: Pemberian pelatihan Digital Payment and Tax System untuk pekerja sektor keuangan

Total Addressable Market
2,77 Juta Pekerja Perbankan

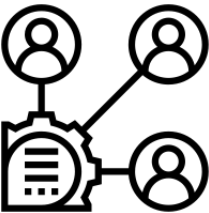


Peta Sektor Lembaga Keuangan Berdasarkan PDRB



Fokus area: Jawa, Sulsel

Pelatihan Digital Economy



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dan **Bank Indonesia, Kemenkeu, BPK, Himpunan Bank Negara, OJK, Direktorat Jenderal Pajak, Bank Daerah, IFC, Bank Swasta, dan Startup** yang bergerak di sektor finansial.



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi bertujuan agar pelaku-pelaku usaha diberikan pelatihan dalam bidang SAP, data, cloud computing, jaringan, dan keamanan siber di ranah digital banking dan perpajakan



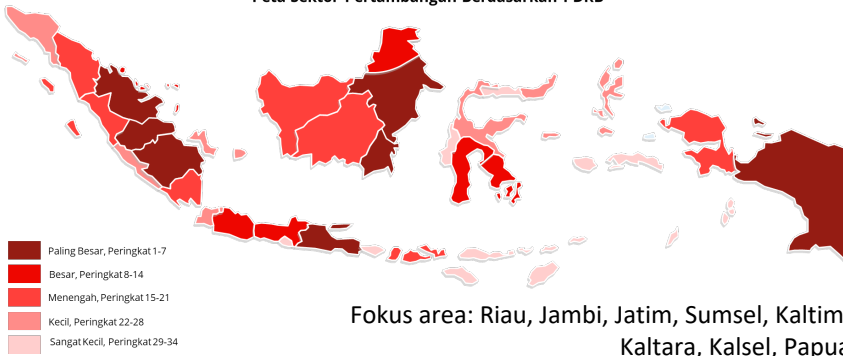
Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di **Pusdiklat Badan Pengelola Keuangan Daerah**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 4x dalam sebulan selama 6 bulan secara intensif** oleh mitra Siberkreasi. Selain itu, terdapat *test* yang juga harus diikuti oleh karyawan setiap akhir tahun

Program Kegiatan Non-Formal 7: Pelatihan bertujuan untuk peningkatan produktivitas dan keselamatan kerja

Total Addressable Market
1,03 Juta Teknisi dan Mekanik



Peta Sektor Pertambangan Berdasarkan PDRB



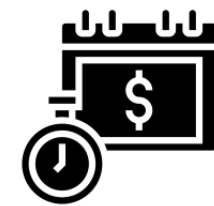
Pelatihan Pemanfaatan Digital Safety Devices



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **KemenESDM, Asosiasi Insinyur dan Buruh, Perusahaan Swasta, Startup** bidang digital occupational safety and health act (OSHA) dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi. Pelatihan ini akan bersifat wajib bagi setiap pekerja dari perusahaan tersebut, dalam memberikan pendidikan mengenai penggunaan *digital devices* dan security dalam pertambangan



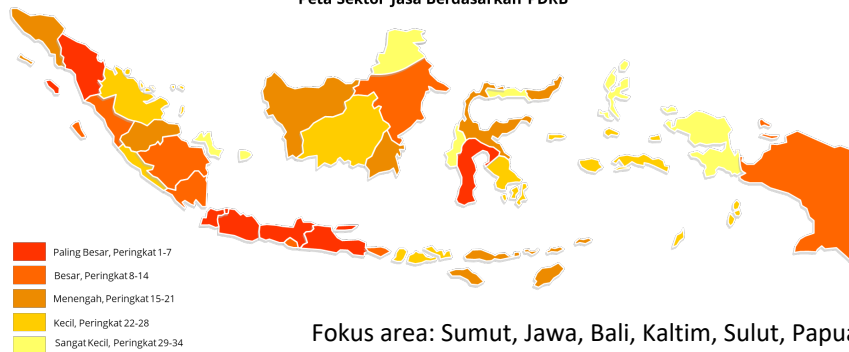
Pelatihan akan diberikan melalui daring (webinar) dan tatap muka di **Pusdiklat Dinas Bina Marga**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x setiap tiga bulan** oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Selain itu, terdapat **test** yang juga harus diikuti oleh karyawan setiap akhir tahun

Program Kegiatan Non-Formal 9: Pelatihan penyediaan jasa kesehatan melalui aplikasi digital kepada tenaga medis

Total Addressable Market
1,2 Juta Tenaga Kesehatan



Peta Sektor Jasa Berdasarkan PDRB



Fokus area: Sumut, Jawa, Bali, Kaltim, Sulut, Papua

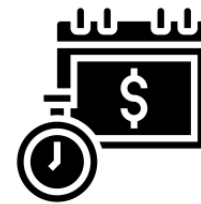
Pelatihan Pelayanan Digital Puskemas dan Digital Posyandu



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenkes, Asosiasi Rumah Sakit Daerah Seluruh Indonesia (ARSADA), WHO, Perusahaan Farmasi, Startup** bidang kesehatan dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang mengajarkan tenaga kesehatan tentang bagaimana teknologi untuk menghubungkan data antar puskesmas dan *update real-time data* dapat meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan kepada penduduk di daerah



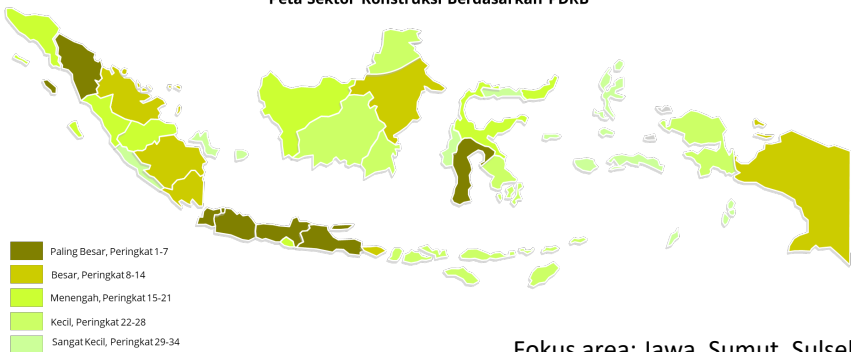
Pelatihan akan diberikan melalui daring (webinar) dan tatap muka di **Pusdiklat Dinas Kesehatan**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x setiap 4 bulan** oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Selain itu, terdapat **test** yang juga harus diikuti oleh tenaga medis setiap akhir tahun

Program Kegiatan Non-Formal 10: Pelatihan sistem perencanaan berbasis digital untuk proyek infrastruktur

Total Addressable Market
5,99 Juta Insinyur dan Konstruksi

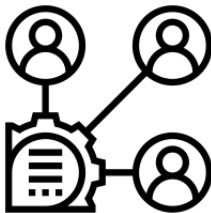


Peta Sektor Konstruksi Berdasarkan PDRB



Fokus area: Jawa, Sumut, Sulsel

Pelatihan Building Information Modelling



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenristek dan Badan Riset Investasi Nasional, Bappenas, KemenBUMN, Perusahaan Konstruksi Swasta Kontraktor Lokal, World Bank, UNIDO, Startup** dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang bertujuan mengajarkan sistem digital pada proses desain, pembiayaan dan pengadaan, konstruksi, hingga operasi dan manajemen aset



Pelatihan akan diberikan melalui daring (webinar) dan tatap muka di **Pusdiklat Dinas Cipta Karya dan Bina Marga**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x setiap tiga bulan** oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Selain itu, terdapat *test* yang juga harus diikuti oleh karyawan setiap akhir tahun

Program kegiatan Siberkreasi bekerja sama dengan Kementerian Agama menargetkan seluruh pemeluk agama

Estimasi *Audience*
267 Juta Umat Beragama



Program Kegiatan Siberkreasi di Kegiatan Keagamaan



Pelatihan dilakukan kolaborasi Kominfo dengan Kementerian Agama, pemda, tokoh agama, lembaga donor, dll. Estimasi peserta hadir di acara kegiatan **pengajian, sekolah minggu, kegiatan di vihara dan pura serta pasangan calon menikah di KUA**



Konten **Kurikulum Dasar** dengan fokus pada Digital Ethics dan Culture yang akan disampaikan oleh **guru dan tokoh agama**. Peserta bisa mendaftar via daring untuk mendapatkan e-certificate



Waktu pelaksanaan program kegiatan berlangsung **selama 1 tahun** dengan **menargetkan 370.620 tempat ibadah** serta **Kantor Urusan Agama** di seluruh kabupaten se-Indonesia

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan 3 kementerian untuk materi literasi digital dasar dan madya

Estimasi *Audience*
18-20 Juta Pelajar Indonesia



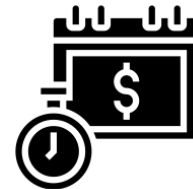
Pelatihan Kelas Cakap Digital Dasar dan Madya untuk Pelajar dan Mahasiswa melalui Silabus TIK



Pelatihan dilakukan kolaborasi Kominfo dengan Kemendikbud dan PTN serta PTS seluruh Indonesia. Estimasi total peserta **18-20 juta pelajar dan mahasiswa** yang sedang mengikuti KBM



Konten menggunakan **Materi Kelas Cakap Digital Dasar dan Madya** yang akan disusun dan dikembangkan oleh **mitra Siberkreasi** bersama dengan **Kominfo**.



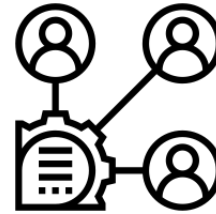
Waktu pelaksanaan program kegiatan sosialisasi kurikulum berlangsung selama setahun dengan **menargetkan seluruh sekolah dan PTN, PTS** di seluruh penjuru Indonesia

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan 3 kementerian menargetkan seluruh jajaran petani dan nelayan

Total Addressable Market
26,48 Juta Petani, Nelayan, Polisi Hutan



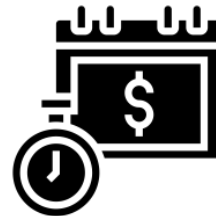
Pelatihan Kelas Cakap Digital terkait Smart Farming dan e-Fisheries



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kementan, KKP, KLHK, Kementerian Desa, Asosiasi Petani Indonesia, FAO, UNEP, Startup** bidang pertanian, perikanan, lingkungan hidup dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun oleh *content creator* Siberkreasi bertujuan mengajarkan pekerja sektoral akan kegunaan serta dampak positif dari teknologi terhadap hasil panen dan konservasi disertai pembekalan materi keamanan siber



Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x dalam sebulan secara intensif** di Balai Desa dan Pusdiklat Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan dan Pertanian setiap daerah oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Terdapat pre-test dan post-test yang juga harus diikuti peserta setiap akhir tahun

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan Kemenparekraf dan KemenkopUKM terkait ekonomi kreatif

Total Addressable Market
20,76 Juta Pedagang Nasional



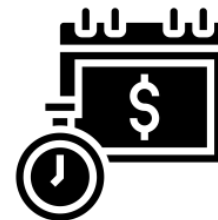
Kelas Cakap Digital terkait e-Commerce Training kepada Pedagang UMKM dan Koperasi Desa



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dan **Kemendag**, **Kemenkop UMKM**, **Kemenparekraf**, **BI**, **Perwakilan Digital Nusantara Advertising** untuk Siberkreasi, **Perwakilan Gerakan Nasional 1000 Startup Digital** untuk Siberkreasi, **KADIN**, dan **UNDP**



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi bertujuan agar pedagang mendapatkan pelatihan untuk mengakses *marketplace* dan prospek *online* serta membuat promosi digitalnya sendiri sesuai hukum ITE



Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di Pusdiklat Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 4x dalam sebulan selama 3 bulan secara intensif**. Selain itu, terdapat pre-test dan post-test yang juga harus diikuti oleh pedagang setiap akhir tahun

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan 3 kementerian menargetkan pekerja industri dan teknisi pabrik

Total Addressable Market
12,53 Juta Tenaga Industri (Pabrik dan Teknisi)



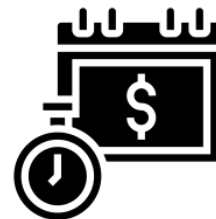
Kelas Cakap Digital mengenai Industry 4.0 dan Penguasaan Teknologi Baru



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenperin, KemenBUMN, Bappenas, BKPM, Perusahaan Swasta, UNIDO, Asosiasi Buruh, Startup** bidang industri dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi bertujuan mengajarkan pekerja di bidang industri tentang kegunaan serta dampak positif dari teknologi Industry 4.0 serta pentingnya internet sehat dan keamanan siber



Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di Pusdiklat Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x dalam sebulan secara intensif** oleh mitra Siberkreasi. Sertifikasi program akan diberikan setelah ujian akhir pada akhir tahun setelah mengikuti pre-test dan post-test.

Program kegiatan Siberkreasi dengan 3 kementerian bekerja sama menyusun pelatihan untuk para pekerja sektor teknis

Total Addressable Market
5,99 Juta Insinyur dan Konstruksi



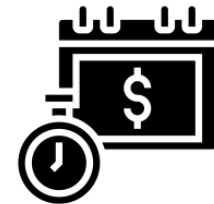
Kelas Cakap Digital Madya untuk Pelatihan Teknologi Digital di Sektor Strategis



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenristek dan Badan Riset Investasi Nasional, Bappenas, KemenBUMN, Perusahaan Konstruksi Swasta Kontraktor Lokal, World Bank, UNIDO, Startup** dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang bertujuan mengajarkan sistem digital pada proses desain, pembiayaan dan pengadaan, konstruksi, hingga operasi dan manajemen aset



Pelatihan akan diberikan melalui daring (webinar) dan tatap muka di **Pusdiklat Dinas Cipta Karya dan Bina Marga**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x setiap tiga bulan** oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Selain itu, terdapat *test* yang juga harus diikuti oleh karyawan setiap akhir tahun

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan Kemenhub dengan industri logistik dan platform *online driver*

Total Addressable Market
4,24 Juta Pengusaha Logistik dan Transportasi



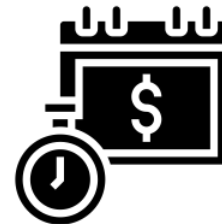
Kelas Cakap Digital terkait Digital Service dan Digital Safety untuk *Online Driver* dan Pengusaha Logistik



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenhub** dan **APTRINDO** (Asosiasi Pengusaha Truk Indonesia), **UNIDO**, **Perusahaan Swasta**, dan **Startup** bidang transportasi (Grab, Gojek, Lalamove) dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang bertujuan mengajarkan pekerja di bidang transportasi dan logistik tentang kewirusahaan digital dan implementasinya dalam industri transportasi



Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di **Pusdiklat Dinas Perhubungan**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 4x sebulan dalam sebulan secara intensif** oleh mitra Siberkreasi. Sertifikasi program akan diberikan setelah ujian akhir pada akhir tahun setelah mengikuti pre-test dan post-test.

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan KemenPAN-RB untuk topik berkaitan Digital Government

Total Addressable Market
4,1 Juta Aparatur Sipil Negara



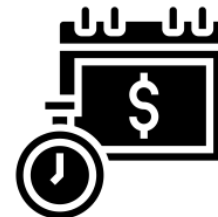
Kelas Cakap Digital terkait Digital Government dan Digital Security (Cybersecurity)



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dan **seluruh Kementerian dan Lembaga** (khususnya Kementerian PAN-RB), **TNI, Polri, lembaga donor, pemerintah kota setempat, dan pamong praja**



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi yang berfokus pada pengembangan sistem e-government terintegrasi antar badan pemerintah dan pembentukan akademi digital dan memberikan pelatihan skill digital



Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di **Pusdiklat Biro Pemerintahan Setda, Biro Organisasi Dan Reformasi Birokrasi, Badan Kepegawaian Daerah, dan Akademi TNI dan Polri**. Durasi pelaksanaan program **selama 1 tahun secara intensif**. Selain itu, terdapat test yang juga harus diikuti oleh peserta ASN setiap akhir tahun

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan Kemenkeu, BI, OJK dengan topik Digital Economy

Total Addressable Market
2,77 Juta Pekerja Perbankan



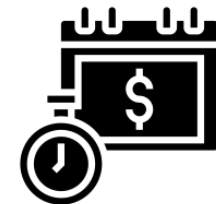
Kelas Cakap Digital terkait Digital Economy and Digital Banking



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dan **Bank Indonesia, Kemenkeu, BPK, Himpunan Bank Negara, OJK, Direktorat Jenderal Pajak, Bank Daerah, IFC, Bank Swasta, dan Startup** yang bergerak di sektor finansial.



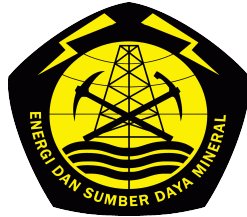
Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi bertujuan agar pelaku-pelaku usaha diberikan pelatihan dalam bidang SAP, data, cloud computing, jaringan, dan keamanan siber di ranah digital banking dan perpajakan



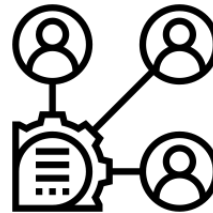
Pelatihan akan diberikan melalui daring & tatap muka di **Pusdiklat Badan Pengelola Keuangan Daerah**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 4x dalam sebulan selama 6 bulan secara intensif** oleh mitra Siberkreasi. Selain itu, terdapat *test* yang juga harus diikuti oleh karyawan setiap akhir tahun

Pelaksanaan program Siberkreasi dapat berkolaborasi dengan KemenPUPR, ESDM, Kemnaker terkait Digital Safety

Total Addressable Market
1,03 Juta Teknisi dan Mekanik



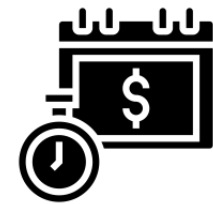
Kelas Cakap Digital terkait Digital Safety di Lingkungan Kerja



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **KemenESDM, Asosiasi Insinyur dan Buruh, Perusahaan Swasta, Startup** bidang digital occupational safety and health act (OSHA) dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Kurikulum Literasi Digital Dasar dan Madya** yang disusun *content creator* Siberkreasi. Pelatihan ini akan bersifat wajib bagi setiap pekerja dari perusahaan tersebut, dalam memberikan pendidikan mengenai penggunaan *digital devices* dan security dalam pertambangan



Pelatihan akan diberikan melalui daring (webinar) dan tatap muka di **Pusdiklat Dinas Bina Marga**. Durasi pelaksanaan program **sebanyak 1x setiap tiga bulan** oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Selain itu, terdapat **test** yang juga harus diikuti oleh karyawan setiap akhir tahun

Program kegiatan Siberkreasi dengan Kemenkes dan Kemensos bekerja sama mengedukasi literasi digital kepada nakes

Total Addressable Market
1,2 Juta Tenaga Kesehatan



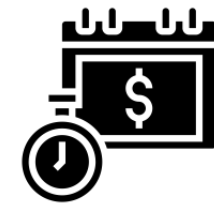
Pelatihan Pelayanan Literasi Digital di Rumah Sakit, Puskesmas dan Posyandu



Program ini akan dibuat dengan kolaborasi Kominfo dengan **Kemenkes, Asosiasi Rumah Sakit Daerah Seluruh Indonesia (ARSADA), WHO, Perusahaan Farmasi, Startup** bidang kesehatan dan entitas terkait lainnya



Konten menggunakan **Materi Kelas Cakap Digital Dasar dan Madya** yang mengajarkan tenaga kesehatan tentang pengetahuan dasar literasi digital, khususnya dalam menghadapi penyebaran berita *hoax* seputar COVID-19, vaksin, dan informasi medis di kalangan masyarakat



Pelatihan akan diberikan melalui daring (webinar) dan tatap muka di **Pusdiklat Dinas Kesehatan**. Durasi pelaksanaan program **selama setahun** oleh mitra pelaksana Siberkreasi. Selain itu, terdapat *test* yang juga harus diikuti oleh tenaga medis setiap akhir tahun

Program *Rebranding* Nasional
Gerakan Nasional Literasi Digital



Program Rebranding Siberkreasi ditargetkan untuk peningkatan *awareness* masyarakat akan program literasi digital



Strategi *Rebranding* Nasional 1: E-Symposium Nasional Literasi Digital yang akan dipaparkan secara langsung oleh Presiden RI

Estimasi *Audience* 50 Juta Penduduk Indonesia



E-Symposium Nasional Kuliah Umum Literasi Digital oleh Bapak Presiden Republik Indonesia



Bertepatan dengan **Hari Pendidikan Nasional**, Bapak Presiden Jokowi akan menyampaikan Kuliah Umum mengenai pentingnya literasi digital dengan aspek *skills, culture, ethics, security*



Kuliah Umum akan disiarkan *streaming* secara serentak di semua kanal media sosial, saluran radio dan televisi nasional secara langsung. **Kolaborasi dengan media dan swasta.**



Di akhir acara, peserta dapat memindai **QR code Siberkreasi** yang mencetak **e-certificate ditandatangani oleh Presiden** berisi nama peserta menyatakan partisipasi telah mendapat paparan konten literasi digital

Strategi *Rebranding* Nasional 2: Jambore Digital 2021 dengan target audiensi seluruh siswa dan guru SD se-Indonesia

Estimasi *Audience*

18 – 20 Juta Siswa SD & Guru Nasional



Jambore Digital 2021
Webinar Literasi Digital
oleh Bapak Mendikbud dan Menpora



Bertepatan dengan **Jambore Nasional ke-11**, Bapak Mendikbud dan Menpora akan menyampaikan pemaparan secara daring mengenai topik TIK dan literasi digital



Ditayangkan secara serempak di **seluruh sekolah dasar se-Indonesia** melalui webinar, televisi, maupun media sosial secara *streaming*.
Kolaborasi dengan K/L, swasta, dan media



Di akhir acara, peserta dapat memindai **QR code Siberkreasi** yang mencetak **e-certificate ditandatangani oleh Menteri** berisi nama peserta menyatakan peserta telah mendapat paparan konten literasi digital

Strategi *Rebranding* Nasional 3 : Pengimplementasian QR Code kolaborasi dengan *Food Chain Brand* dengan konsumen besar

Estimasi Audience

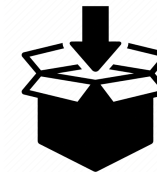
28,4 Juta Konsumen per Tahun



Siberkreasi x *Food Chain Brand*



Sebagai restoran dengan jumlah pelanggan terbesar di Indonesia¹⁾ Sederhana akan berkolaborasi dengan Kominfo untuk memasang **QR Code website Siberkreasi** di kemasan



Logo pada kemasan yang ada nantinya akan **bersanding dengan logo Sederhana** tanpa ada penjelasan apapun. Penjelasan mengenai promosi & detil dapat dilihat di restoran terutama di kasir



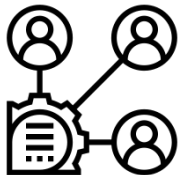
Konsumen dapat memindai QR code Siberkreasi dan **terhubung langsung ke website Siberkreasi** dimana didalamnya akan ada **Quiz terkait literasi digital** untuk mendapatkan kupon diskon Restoran Sederhana

Strategi *Rebranding* Nasional 3 : Kolaborasi dengan Perusahaan FMCG di Indonesia yang memiliki pangsa pasar besar

Estimasi *Audience*
267,7 Juta Konsumen per Tahun¹⁾



Siberkreasi x *FMCG Brand*



Sebagai perusahaan FMCG dengan jumlah pelanggan terbesar di Indonesia¹⁾ Unilever akan berkolaborasi dengan Kominfo untuk memasang **QR Code website Siberkreasi** di kemasan



Konsumen dapat memindai QR code Siberkreasi dan **terhubung langsung ke website Siberkreasi** dimana didalamnya akan ada **Quiz terkait literasi digital** untuk mendapatkan kupon diskon produk Unilever



Selain Unilever, Kominfo juga dapat memilih perusahaan FMCG besar lainnya seperti **P&G, Indofood, Wings Group, dll.**

Strategi Rebranding Nasional 4 : Kolaborasi dengan Moda Transportasi Publik yang memiliki pengguna tahunan terbesar

Estimasi Audience

32 Juta Pengguna per Tahun¹⁾



Siberkreasi x Mass Transportation



Sebagai perusahaan moda transportasi harian karena moda transportasi ini akan digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Modelnya dengan pemasangan **QR Code website Siberkreasi di alat transportasi**



Konsumen dapat memindai QR code Siberkreasi dan **terhubung langsung ke website Siberkreasi** dimana didalamnya akan ada **Quiz terkait literasi digital** untuk mendapatkan kupon diskon moda transportasi



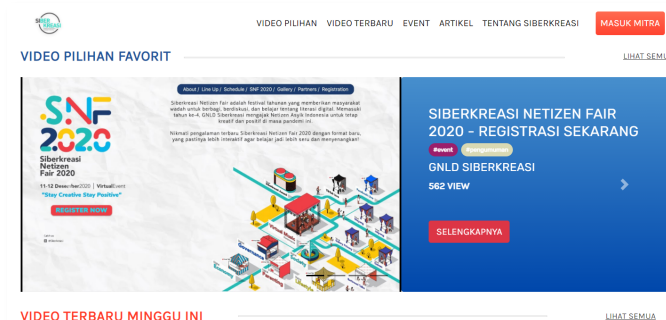
Selain Moda Transportasi yang ada, Kominfo juga dapat memilih moda transportasi lain seperti **KAI, Transjakarta, DAMRI, angkutan daerah, dll.**

Strategi *Rebranding* Siberkreasi: Peningkatan impresi pengunjung (*user impression*) terhadap program Siberkreasi

Impresi Saat Ini



Website Siberkreasi



Impresi Ideal



Salah satu strategi *rebranding* yang diusulkan adalah Siberkreasi Gamification di dalam laman maupun aplikasi



Games & Quiz

Games berbentuk **quiz** yang berkaitan dengan **digital literacy**, yang terbagi kedalam **6 level** dalam rangka meningkatkan pengetahuan, pemahaman, kesadaran, kreativitas dan kecakapan teknologi digital

Games & Quiz akan berbentuk *pop-up ads* di berbagai **social media, gaming & online shopping platform** yang dapat langsung di klik untuk mulai mengikuti quiz

Siberkreasi Gamification



Rewards

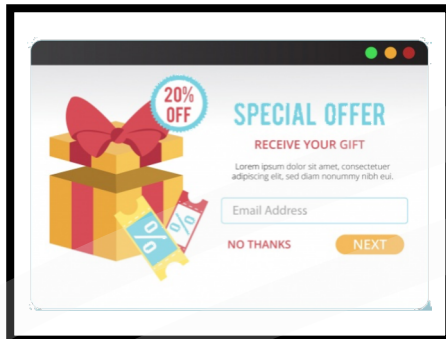
Apabila peserta menjawab quiz dengan benar maka peserta dapat mendapatkan **berbagai hadiah menarik berkaitan dengan platform** yang saat itu digunakan (contoh: Shopee, PUBG, dll.)

Hadiah yang didapatkan akan **bergantung pada tipe level soal yang dikerjakan**. Semakin tinggi, hadiah juga akan semakin menarik. Terdapat juga berbagai tahapan yang dapat diselesaikan oleh *user*



Strategi gamifikasi materi Siberkreasi dibagi ke dalam 4 langkah melalui sebuah ekosistem permainan

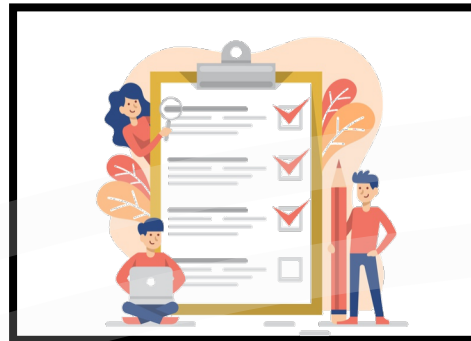
Step 1



Pop-up Ads!

Individu akan mendapatkan Pop-up Ads pada platform digital yang digunakan

Step 2



Apakah Kamu Mau Hadiah?

Individu dapat mendapatkan berbagai hadiah apabila berhasil menyelesaikan quiz. Selain itu, user juga dapat menyebarkan hasil quiz dan akan mendapatkan hadiah tambahan

Step 3



Selamat! Ayuk Jadi Subscriber

Individu yang berhasil menyelesaikan quiz dengan benar sebanyak tiga kali dapat mengikuti tes menjadi subscriber (minimum benar 7 dari 10 soal)

Step 4



Yuk, Bikin Konten!

Setelah menjadi subscriber, individu dapat mengikuti berbagai kegiatan & membuat konten untuk mendapatkan hadiah yang lebih menarik

Step 1 & 2: Penggunaan *Pop-up Ads & Quiz Time* untuk menarik perhatian pengguna di platform digital yang disasar

Estimasi *Target Audience*

122 Juta Penduduk¹⁾

(82 Juta Pengguna Online Shop & 40 Juta Pemain Game)



Pop-up Ads

Pop-up ads dilakukan untuk menarik atensi masyarakat dan memperkenalkan program *gamification* yang dapat langsung dilakukan



User dapat langsung mengikuti berbagai macam quiz. Apabila user **berhasil menjawab**, user akan **mendapatkan coupon** yang berkaitan dengan *platform digital* (Shopee, Bukalapak, PUBG, dll.). Mereka juga dapat menyebarkan hasil kuis di media sosial untuk mendapatkan hadiah tambahan

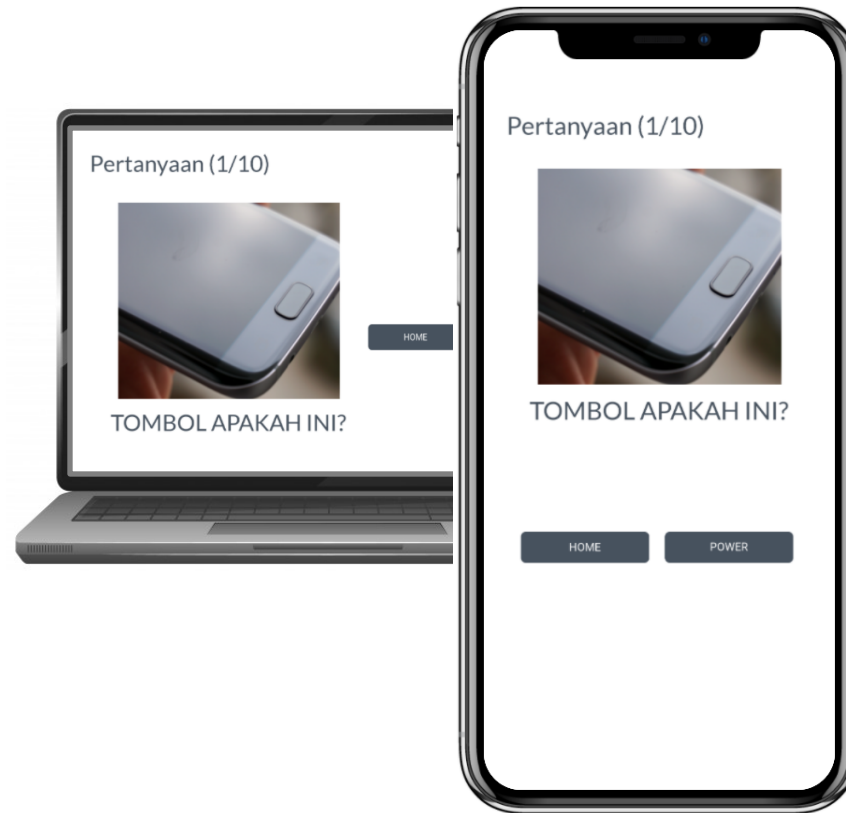
Step 1 & 2 disusun dengan materi dari
Tim Japelidi
Tahap 1-3 (Mengakses, Menyeleksi & Memahami)



Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 1: Mengakses



01
Mengakses



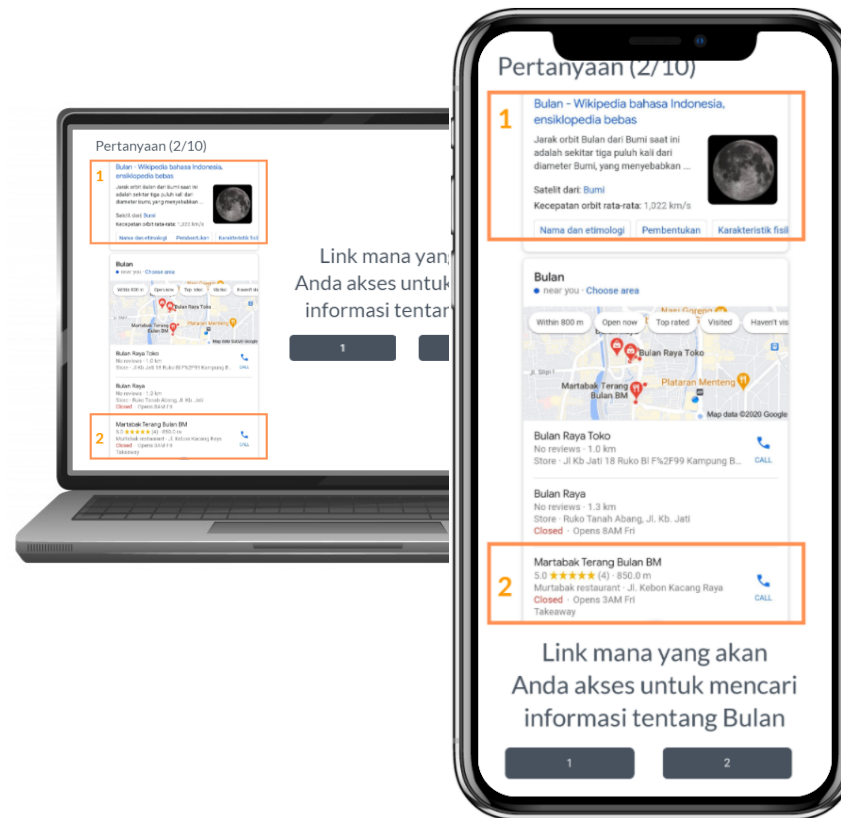
Jenis pertanyaan kuis:

- Pertanyaan dasar dengan gambar seputar akses peserta ke peranti / gawai
- Pilihan benar/salah

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 2: Menyeleksi



02 Menyeleksi



Jenis pertanyaan kuis:

- Peserta menyeleksi informasi yang benar
- Dua informasi yang memiliki kemiripan

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 3: Memahami



03

Memahami



Jenis pertanyaan kuis:

- Memilih lebih dari satu ciri
- Memilih seluruh jawaban yang benar

Step 3: *Subscription Program* ini dilakukan dalam rangka meningkatkan dan mempertahankan jumlah pengguna

Estimasi *Target Audience*

12.4 Juta Penduduk¹⁾



Subscription Program

Subscription program dapat diikuti apabila peserta telah berhasil mengerjakan dengan benar 3 Quiz



User yang telah eligible akan mendapatkan tes yang berisikan 10 soal, dan wajib benar min 7. Subscriber sendiri akan **mendapatkan berbagai benefit terutama terkait dengan hadiah kuis (1,5x dari pengguna biasa)** dan dapat **mengikuti kegiatan daring Siberkreasi**

Step 3 disusun dengan materi dari Tim Japelidi **Tahap 4-7 (Menganalisis, Memverifikasi & Mengevaluasi, Distribusi)**



Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 4: Menganalisis



04 Menganalisis



Jenis pertanyaan kuis:

- Kemampuan peserta menganalisa informasi di tampilan untuk membuat kesimpulan berdasarkan bentuk visual dan data

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 5: Memverifikasi



05
Memverifikasi



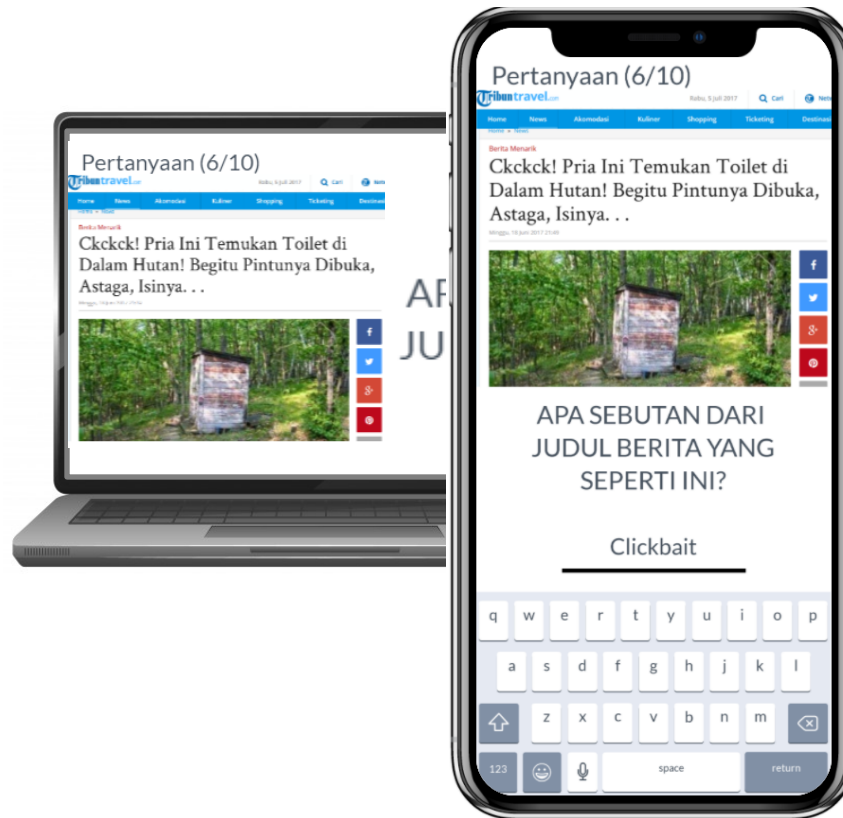
Jenis pertanyaan kuis:

- Kemampuan peserta memverifikasi kebenaran dari sebuah informasi apakah itu resmi atau tidak
- Pengetahuan peserta akan verified account

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 6: Mengevaluasi



06
Mengevaluasi



Jenis pertanyaan kuis:

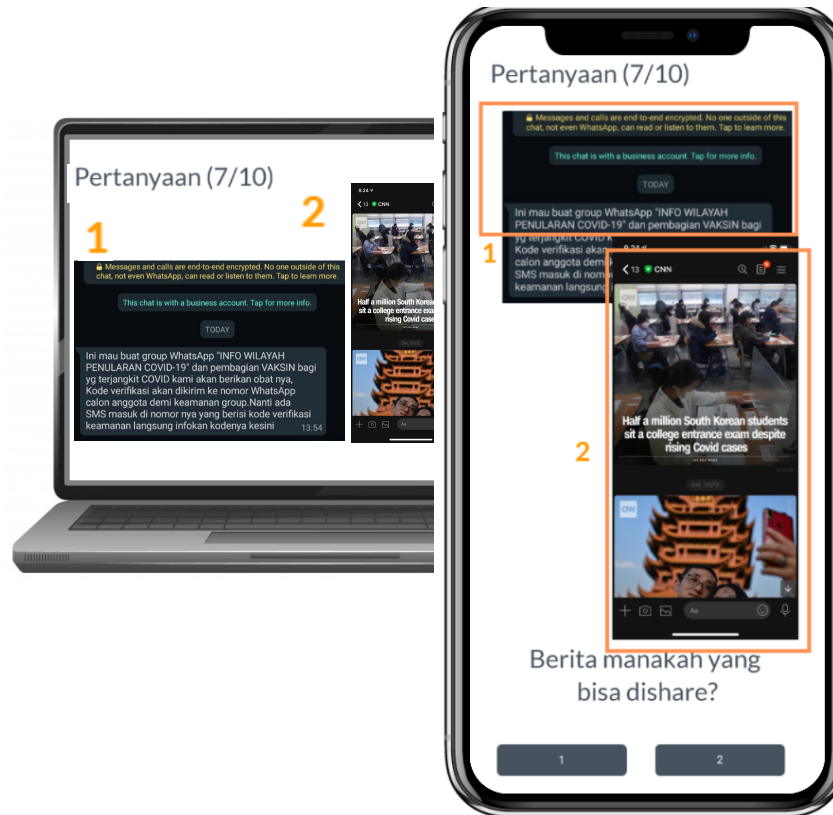
- Kemampuan peserta mengevaluasi suatu informasi
- Menuliskan pendapat / penilaian

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 7: Distribusi



07

Distribusi



Jenis pertanyaan kuis:

- Memutuskan informasi manakah yang layak untuk dishare kembali

Step 4: *Content Creation Reward* ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat partisipasi dan kolaborasi pengguna

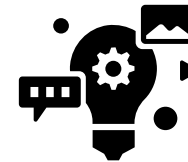
Estimasi *Target Audience*

1.4 Juta Penduduk¹⁾



Content Creation Reward

Setelah menjadi subscriber, peserta diharapkan dapat mengikuti berbagai kegiatan Siberkreasi & memulai untuk membuat konten



User yang telah membuat konten / mengikuti kegiatan Siberkreasi akan mendapatkan **berbagai poin yang nantinya dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah yang dipilih**. Selain itu, user yang mau mengajak temannya juga akan mendapatkan poin

Step 4 disusun juga berkaitan dengan Japelidi **Tahap 8-10 (Memproduksi, Berpartisipasi & Berkolaborasi)**



Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 8: Memproduksi



08
Memproduksi



Jenis pertanyaan kuis:

- Menciptakan produk digital baru seperti video, post di medsos atau internet

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 9: Berpartisipasi



09
Berpartisipasi



Jenis pertanyaan kuis:

- Mendorong peserta untuk berpartisipasi dalam diskusi atau komunikasi digital

Contoh pertanyaan kuis untuk tingkat kompetensi 9: Berkolaborasi



10
Berkolaborasi



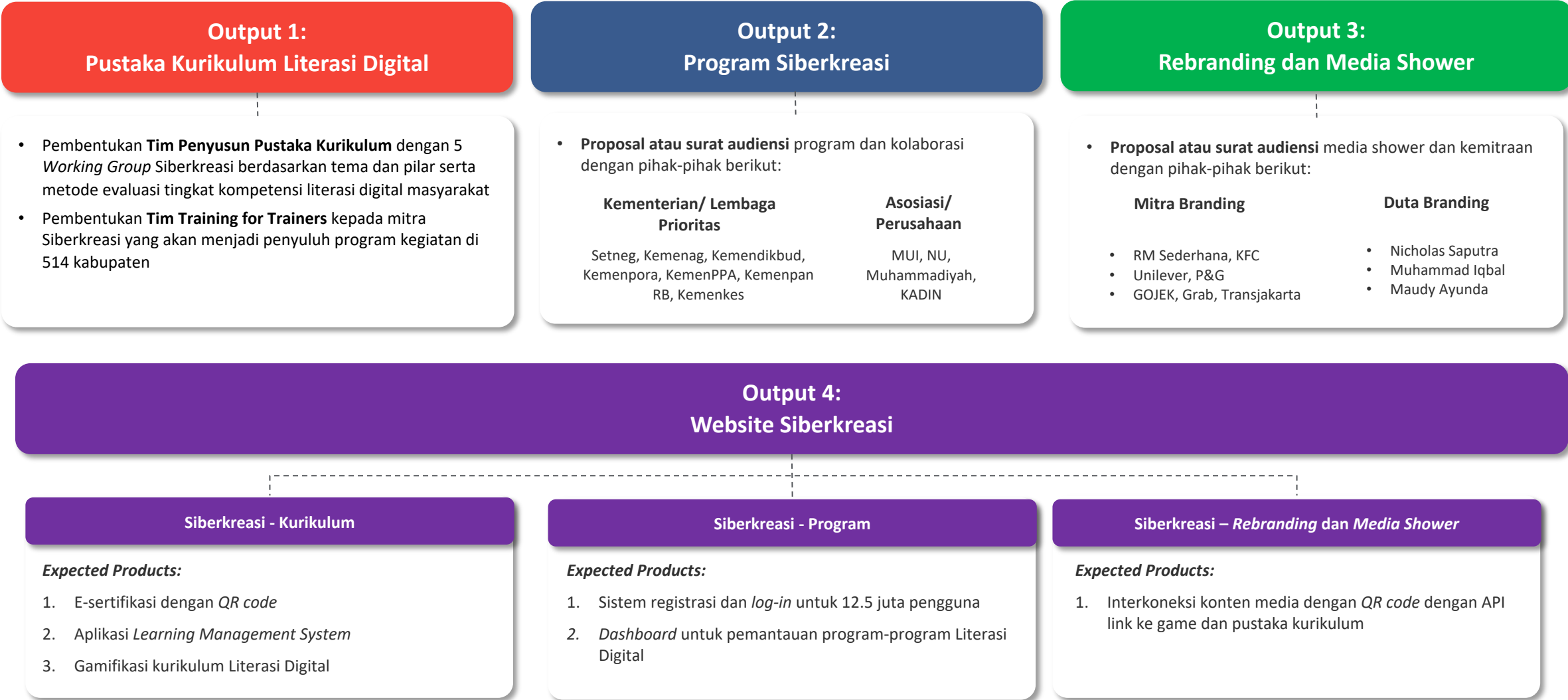
Jenis pertanyaan kuis:

- Mendorong peserta berkolaborasi untuk sebuah produk digital

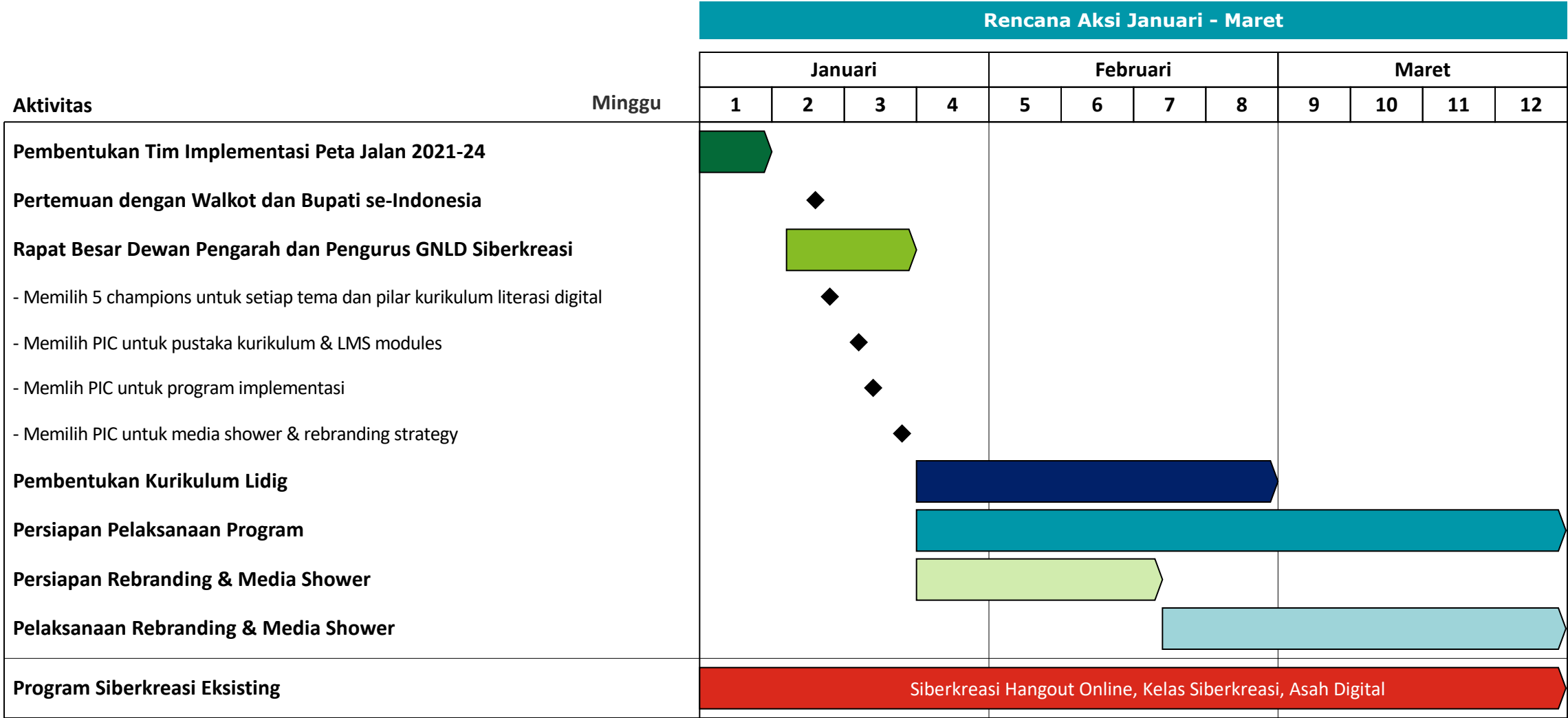
Rencana Tahunan Kegiatan Program



Output Rencana Aksi Persiapan Implementasi Program



Jadwal Rencana Aksi Implementasi Program



Timeline Kegiatan Setahun

 Fase Planning

Jan		Feb		Mar		Apr					
• Penyusunan Pustaka Kurikulum dan Gamifikasi Website Siberkreasi											
• Korespondensi dan TOT* Program Kelas Siberkreasi (514 Kab) • Korespondensi Media and Commercial Branding Partnership				Siberkreasi Cakap Digital (Konten Eksisting)							
				Media and Commercial Branding Partnerships							
Program Siberkreasi Rutin											
Mei		Webinar Presiden		Jun		Jul		Aug		Jambore Digital	
Media and Commercial Branding Partnership											
Program Siberkreasi Rutin											
Siberkreasi Kelas Cakap Digital (Konten Eksisting) & Penyusunan Konten Baru											
Siberkreasi Berdaya											
Sep		Okt		Nov		Des		Siberkreasi Award			
Media and Commercial Branding Partnership											
Program Siberkreasi Rutin											
Siberkreasi Kelas Cakap Digital (Konten Baru)											
Siberkreasi Berdaya											

*Training for Trainers kepada mitra pelaksana Siberkreasi i.e RelawanTIK

Program Siberkarya direncanakan dilaksanakan di 514 kabupaten dengan target 13,2 juta peserta sepanjang tahun



¹ Satu kegiatan dihadiri oleh minimal 200 peserta

² Kegiatan dapat dibarengi dengan sosialisasi Dinas Kementerian dan Pemda setempat

³ Estimasi Peserta Angkatan Bekerja yang akan hadir setelah terpapar media shower (15% success rate)

⁴ Biaya termasuk talent, recording, dan editing untuk 10 output: 1 lidig, 4 kurikulum dasar, 5 tema, 10 topik

⁵ Biaya dari Facebook Ads dengan asumsi reach 559.000-1,6juta dan click 13.000-36.000 setiap hari

Program Siberkreasi eksisting yang terjadwalkan tahun 2021

Jan	Feb	Mar	Apr
Siberkreasi Hangout Online (2x)	Siberkreasi Hangout Online (2x)	Siberkreasi Hangout Online (3x)	Siberkreasi Hangout Online (3x)
Kelas Siberkreasi (5x)	Kelas Siberkreasi (6x)	Kelas Siberkreasi (8x)	Kelas Siberkreasi (8x)
Asah Digital (2x)	Asah Digital (2x)	Asah Digital (3x)	Asah Digital (2x)
Mei	Jun	Jul	Aug
Siberkreasi Hangout Online (3x)	Siberkreasi Hangout Online (3x)	Siberkreasi Hangout Online (3x)	Siberkreasi Hangout Online (3x)
Kelas Siberkreasi (10x)	Kelas Siberkreasi (9x)	Kelas Siberkreasi (10x)	Kelas Siberkreasi (10x)
Asah Digital (2x)	Asah Digital (2x)	Asah Digital (2x)	Asah Digital (2x)
Sep	Okt	Nov	Des
Siberkreasi Hangout Online (2x)	Siberkreasi Hangout Online (2x)	Siberkreasi Hangout Online (2x)	Siberkreasi Netizen Fair
Kelas Siberkreasi (7x)	Kelas Siberkreasi (9x)	Kelas Siberkreasi (9x)	Siberkreasi Hangout Online (2x)
Asah Digital (1x)	Asah Digital (1x)	Asah Digital (1x)	Kelas Siberkreasi (9x)
Podcast Siberkreasi Batch 3	Podcast Siberkreasi Batch 3	Podcast Siberkreasi Batch 4	Asah Digital (1x)

Terdapat 4 provinsi dan 76 kabupaten yang perlu mengadakan kegiatan program setiap hari selama setahun

Ilustratif

	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
Hari 1-240 selama setahun	DKI Jakarta = 505 Kegiatan / Tahun 2 - 3 Acara Setiap Hari setiap Kabupaten (6 Kabupaten)				
	Jawa Barat = 441 Kegiatan / Tahun 1-2 Acara Setiap Hari setiap Kabupaten (27 Kabupaten)				
	Jawa Tengah = 257 Kegiatan / Tahun 1-2 Acara Setiap Hari setiap Kabupaten (35 Kabupaten)				
	Banten = 428 Kegiatan / Tahun 1-2 Acara Setiap Hari setiap Kabupaten (8 Kabupaten)				

Terdapat 22 provinsi dan 332 kabupaten yang perlu membuat kegiatan program setiap minggu selama setahun

Ilustratif

	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
Minggu 1 – 48 selama setahun	Aceh 55 Keg. (23 Kab)	Aceh 55 Keg. (23 Kab)*	Sumut 118 Keg. (33 Kab)*	DI Yogya 184 Keg. (5 Kab)	DI Yogya 184 Keg. (5 Kab)*
	Sumut 118 Keg. (33 Kab)	Sumut 118 Keg. (33 Kab)*	Riau 128 Keg. (12 Kab)*	Kep. Riau 92 Keg. (7 Kab)*	Jatim 234 Keg. (38 Kab)*
	Sumbar 88 Keg. (19 Kab)	Sumbar 88 Keg. (19 Kab)*	Sumsel 138 Keg. (17 Kab)*	Jatim 234 Keg. (38 Kab)	Bali 127 Keg. (9 Kab)
	Riau 128 Keg. (12 Kab)	Riau 128 Keg. (12 Kab)	Lampung 118 Keg. (15 Kab)*	Bali 127 Keg. (9 Kab)	NTB 125 Keg. (10 Kab)*
	Jambi 74 Keg. (11 Kab)	Jambi 74 Keg. (11 Kab)*	DI Yogya 184 Keg. (5 Kab)	NTB 125 Keg. (10 Kab)	Kalbar 95 Keg. (14 Kab)*
	Sumsel 138 Keg. (17 Kab)	Sumsel 138 Keg. (17 Kab)	Kep. Riau 92 Keg. (7 Kab)	NTT 51 Keg. (22 Kab)*	Kalteng 50 Keg. (14 Kab)
	Bengkulu 51 Keg. (10 Kab)	Bengkulu 51 Keg. (10 Kab)*	Jatim 234 Keg. (38 Kab)	Kalbar 95 Keg. (14 Kab)	Kalsel 85 Keg. (13 Kab)*
	Lampung 118 Keg. (15 Kab)	Lampung 118 Keg. (15 Kab)*	Bali 127 Keg. (9 Kab)	Kalsel 85 Keg. (13 Kab)	Kaltim 99 Keg. (10 Kab)*
	Kep. Babel 56 Keg. (15 Kab)	Kep. Babel 56 Keg. (15 Kab)*	NTB 125 Keg. (10 Kab)	Kaltim 99 Keg. (10 Kab)	Sulteng 59 Keg. (13 Kab)*
	Jatim 234 Keg. (38 Kab)	DI Yogya 184 Keg. (5 Kab)	NTT 51 Keg. (22 Kab)	Sulteng 59 Keg. (13 Kab)	Sulsel 81 Keg. (24 Kab)*
	Sulsel 81 Keg. (24 Kab)	Jatim 234 Keg. (38 Kab)	Kaltim 99 Keg. (10 Kab)	Sulbar 68 Keg. (6 Kab)	Sulbar 68 Keg. (6 Kab)*

Terdapat 8 provinsi dan 106 kabupaten dengan kegiatan bulanan

Jan	Feb	Mar	Apr Ilustratif
			Maluku 30 Keg. (17 Kab)
			Maluku Utara 28 Keg. (10 Kab)
			Sulteng 30 Keg. (17 Kab)
Mei	Jun	Jul	Aug
Gorontalo 44 Keg. (15 Kab)	Sulut 44 Keg. (15 Kab)	Gorontalo 44 Keg. (15 Kab)	Sulut 44 Keg. (15 Kab)*
Kaltara 43 Keg. (5 Kab)	Sulteng 30 Keg. (17 Kab)	Kaltara 43 Keg. (5 Kab)*	Maluku 30 Keg. (17 Kab)*
Papua 29 Keg. (29 Kab)*	Maluku 30 Keg. (17 Kab)	Maluku Utara 28 Keg. (10 Kab)	Kaltara 43 Keg. (5 Kab)
Sep	Okt	Nov	Des
Papua Barat 22 Keg. (13 Kab)	Gorontalo 44 Keg. (15 Kab)*	Papua 29 Keg. (29 Kab)	Gorontalo 44 Keg. (15 Kab)*
Papua 29 Keg. (29 Kab)	Maluku Utara 28 Keg. (10 Kab)*	Papua Barat 22 Keg. (13 Kab)	Kaltara 43 Keg. (5 Kab)
Sulut 44 Keg. (15 Kab)	Maluku 30 Keg. (17 Kab)	Sulteng 30 Keg. (17 Kab)*	Sulut 44 Keg. (15 Kab)



Important notice

This document has been prepared by PT Deloitte Consulting (“Deloitte Consulting”) for the sole purpose of providing a proposal to the parties to whom it is addressed in order that they may evaluate the capabilities of Deloitte Consulting to supply the proposed services.

The information contained in this document has been compiled by Deloitte Consulting and includes material which may have been obtained from information provided by various sources and discussions with management but has not been verified or audited. This document also contains confidential material proprietary to Deloitte Consulting. Except in the general context of evaluating our capabilities, no reliance may be placed for any purposes whatsoever on the contents of this document or on its completeness. No representation or warranty, express or implied, is given and no responsibility or liability is or will be accepted by or on behalf of Deloitte Consulting or by any of its partners, members, employees, agents or any other person as to the accuracy, completeness or correctness of the information contained in this document or any other oral information made available and any such liability is expressly disclaimed.

This document and its contents are confidential and may not be reproduced, redistributed or passed on, directly or indirectly, to any other person in whole or in part without our prior written consent.

This document is not an offer and is not intended to be contractually binding. Should this proposal be acceptable to you, and following the conclusion of our internal acceptance procedures, we would be pleased to discuss terms and conditions with you prior to our appointment.

In this document, references to Deloitte are references to Deloitte Consulting which is an affiliate of Deloitte Southeast Asia Ltd, a member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

About Deloitte

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities. DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and their affiliated entities are legally separate and independent entities. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our network of member firms in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte’s approximately 286,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities provide services in Australia, Brunei Darussalam, Cambodia, East Timor, Federated States of Micronesia, Guam, Indonesia, Japan, Laos, Malaysia, Mongolia, Myanmar, New Zealand, Palau, Papua New Guinea, Singapore, Thailand, The Marshall Islands, The Northern Mariana Islands, The People’s Republic of China (incl. Hong Kong SAR and Macau SAR), The Philippines and Vietnam. In each of these, operations are conducted by separate and independent legal entities.

Disclaimer

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the “Deloitte Network”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. No entity in the Deloitte Network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.