

LAPORAN  
KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

LITERASI MEDIA DIGITAL PADA KEGIATAN DIKLAT UPSKILLING  
DAN RESKILLING GURU VOKASI SENI DAN BUDAYA KONSENTRASI  
KEAHlian DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIT KOMPETENSI IKLAN  
MEDIA DIGITAL



Pelaksana:  
Karina Rima Melati, S.Sn, M.Hum

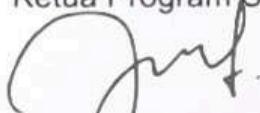
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM) YOGYAKARTA

2023

## LEMBAR PENGESAHAN

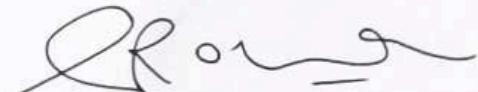
1. Nama Kegiatan : Literasi Media Digital Pada Kegiatan Diklat Upskilling Dan Reskilling Guru Vokasi Seni Dan Budaya Konsentrasi Keahlian Desain Komunikasi Visual Unit Kompetensi Iklan Media Digital
2. Jenis Pengabdian : Pemateri
3. Ketua Pelaksana kegiatan :  
Nama Lengkap : Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum.  
NIDN : 0530098201  
Jabatan/Gol : IIIb  
Akademi : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta  
Alamat Kantor : Jl. Adisucipto 279 Yogyakarta  
Alamat Rumah : Jl. Golo gang Pulanggeni UH V no. 419 Yogyakarta
4. Anggota Pelaksana Kegiatan : 1 orang
5. Peserta Kegiatan : Guru SMK kompetensi Pengajar Desain Komunikasi Visual seleksi BBPPMPV Seni dan Budaya
6. Pelaksanaan Kegiatan :  
Hari/Tempat : 18 dan 20 Juli 2023  
Tempat : Balai Penjaminan Mutu Pendidikan (BPMP), Jl. Tirtomartani, Karang Nongko, Tirtomartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 5557
7. Biaya Kegiatan :  
a. Anggaran P3M : Rp 750,000,-

Ketua Program Studi



Jatmiko Wicaksono, M.Sn.

Ketua Pelaksana Kegiatan



Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum.



Mengetahui/Menyetujui  
Ketua P3M

R. Sumantri Raharjo, M.Si

## I. Analisis Situasi

Baru-baru ini dunia seperti dikejutkan oleh perkembangan Artificial Intelligence (atau yang biasa disebut AI) melalui chat GPT atau Generative Pre-training Transformer. Sistem kecerdasan buatan yang dimiliki oleh perusahaan bernama OpenAi ini bekerja dengan teknologi transformer percakapan teks atau *chatbot* yang mengimplementasi berbagai pertanyaan dari beragam pekerjaan dan kemudian memberikan jawaban yang paling relevan dengan cepat. Kecanggihan chat GPT memang memudahkan berbagai pekerjaan termasuk pembelajaran. Ada yang menyambut kecanggihan teknologi ini sebagai jawaban dari tantangan zaman, namun tak sedikit pihak merasa terancam.

Chat GPT hanya satu fase dari massifnya perkembangan teknologi digital yang membuat manusia harus cepat beradaptasi. Bagi mereka yang adaptif tentu bisa memanfaatkan bahkan mendapatkan keuntungan dari pengaplikasiannya. Namun, tak sedikit manusia masih tertatih mengikuti fase demi fase perubahan digital. Masih ada jurang atau *gap* yang cukup lebar antara mereka yang melek teknologi digital maupun yang tergagap oleh kecanggihannya, dan salah satu pihak yang masih belum termeratakan adalah di tingkat institusi pendidikan, khususnya pengajar.

Institusi pendidikan menjadi salah satu bagian yang terdisrupsi teknologi digital, pun demikian dengan guru di tingkat sekolah maupun dosen di tingkat Perguruan Tinggi. Tak sedikit pengajar seperti tersebut dalam menyesuaikan diri dan menyediakan bahan ajar terbaru di tengah-tengah cepatnya perubahan zaman. Hal ini tentu berdampak pada kualitas lulusan yang diampunya, bahkan lebih jauh akan memengaruhi dalam keterlibatan mereka di dunia kerja. Terkhusus pengajar pendidikan vokasi yang dituntut untuk menyiapkan peserta didik untuk siap terlibat di industri kerja tentu harus lebih siap dan membekali dirinya untuk melek teknologi digital.

Untuk itulah diperlukan literasi digital kepada para pengajar vokasi, dalam hal ini guru SMK. Literasi yang dimaksud adalah memberikan

pengetahuan serta kecakapan penggunaan dan pemanfaatan media digital untuk kepentingan pengajaran yang sesuai dengan kompetensinya.

Sehubungan dengan hal tersebut, untuk mendukung peningkatan dan pemerataan kompetensi guru kejuruan SMK berbasis media digital, maka Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi melalui Balai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi (kemudian ditulis BBPPMPV) Seni dan Budaya, menyelenggarakan program *Upskilling* dan *Reskilling* Guru Vokasi Bidang Seni dan Budaya konsentrasi Keahlian Desain Komunikasi Visual dengan materi utama Iklan Media Digital.

## **2. Tujuan Khusus dan Target Luaran**

Merujuk Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Ristek Nomor 28 Tahun 2021 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Ristek Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pendidikan vokasi. Keberadaan Ditjen Pendidikan Vokasi sendiri bertujuan untuk menyiapkan sumber daya manusia yang siap menghadapi era Revolusi Industri 4.0, yang membutuhkan tenaga-tenaga terampil yang ahli dibidangnya. Dalam rangka peningkatkan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan pendidikan vokasi, Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi mengeluarkan kebijakan penyelarasan pendidikan vokasi dengan dunia industry, dengan konsep *Link and Match* melalui program *upskilling* dan *reskiliing*.

Secara spesifik, tujuan dari program *upskilling* dan *reskiliing* ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kemampuan guru vokasi dalam konsentrasi profesional;
2. Memberikan wawasan dan budaya kerja industri;
3. Melakukan Uji Kompetensi Keahlian bagi peserta di industri/dunia kerja;

4. Menghasilkan produk/karya sesuai kompetensi keahlian masing-masing

Adapun peserta program yang diselenggarakan oleh BBPPMPV salah satunya adalah guru-guru vokasi kompetensi keahlian Desain Komunikasi Visual di mana penulis dipercaya sebagai pengajar atau narasumbernya. Lebih khusus materi yang diberikan terkait literasi media digital yang berhubungan dengan iklan media digital di mana penulis memiliki kompetensi bidang tersebut.

Sebagai pengajar jurusan Periklanan dengan latar belakang pendidikan Desain Komunikasi Visual, penulis memiliki gambaran pemberian materi dengan fokus pada iklan media digital. Penulis yang juga memiliki kompetensi di media digital serta mendapatkan sertifikat Lead in the Digital Era – Train the Trainer Program dari Taobao University, Alibaba Business School, China, akan menfokuskan pada materi mengenai literasi digital yang berkutat pada perkembangan atau tren terkini industri digital dengan penerapan pada konten iklan digital.

Penulis secara terperinci memberikan materi pelatihan dengan luaran berupa:

1. Memberikan pengetahuan mengenai perkembangan terkini media digital  
Memahami wawasan mengenai perkembangan media digital secara global hingga yang terjadi di Indonesia hingga di tahun 2023.
2. Memberikan pengetahuan mengenai konsep disruptif dan akibat-akibat yang ditimbulkannya  
Memahami wawasan mengenai kondisi yang berubah diakibatkan teknologi digital melalui konsep disruptif. Selain itu memberikan gambaran tentang tantangan-tantangan secara massif yang dihadapi industri.
3. Memberikan pengetahuan mengenai ekonomi digital dan 'ekonomi berbagi'

Teknologi digital tidak hanya menghadirkan tantangan namun juga sejuta peluang melalui konsep ekonomi berbagi atau sharing economy.

4. Sopistikasi teknologi dengan Kecerdasan Buatan atau Artificial Intelligence

Memberikan pengetahuan tentang kecanggihan teknologi digital yang menhadirkan mesin dengan kecerdasan tinggi yang berguna untuk kehidupan keseharian hingga pekerjaan manusia.

5. Memberikan wawasan terkait pemanfaatan teknologi digital di ranah Desain Komunikasi Visual

Sesuai dengan kompetensi para peserta yaitu Desain Komunikasi Visual, pelatihan diarahkan untuk memberikan literasi terkait pemanfaatan teknologi digital untuk kebutuhan mendesain.

Kegiatan pelatihan *Upskilling* dan *Reskilling* Guru Vokasi Bidang Seni dan Budaya konsentrasi Keahlian Desain Komunikasi Visual dengan materi utama Iklan Media Digital dilakukan selama seminggu, namun khusus untuk materi literasi media digital atau kebutuhan pengabdian masyarakat ini dilakukan 2 hari dengan jam operasional selama 10 jam. Adapun pelaksanaannya dilakukan pada tanggal 18 dan 20 Juli 2023 di Balai Penjaminan Mutu Pendidikan (BPMP) yang beralamat di Kalasan, Sleman, D.I. Yogyakarta. Adapun pada tanggal 19 adalah jeda libur karena diperingati sebagai hari libur nasional Tahun Baru Islam.

Sebelumnya penulis diundang oleh panitia dari BBPPMPV untuk menjadi pelatih di program dengan materi utama terkait media digital. Pelatihan ini juga adalah tahun ke-4 penulis dipercaya sebagai pelatih program *Upskilling* dan *Reskilling* untuk guru SMK. Namun, yang membedakan tahun ini penulis fokus untuk memberikan literasi tentang teknologi digital terkini, khususnya dengan kecanggihan *artificial intelligence*.

Materi ini kemudian akan difokuskan pada bagaimana dampak teknologi kekinian tersebut untuk dimanfaatkan dalam pengajaran maupun pekerjaan sebagai desain. Salah satu yang paling relevan dengan konteks media digital dan kompetensi Desain Komunikasi Visual adalah melakukan eksperimentasi pembuatan konten media digital dengan pendalaman pada pemanfaatan teknologi kekinian. Ini kemudian akan dilengkapi juga dengan pengetahuan mengenai marketing digital hingga periklanan digital. Pada akhirnya ketika peserta telah diberikan literasi mengenai komprehensivitas media digital, luaran dari program Reskilling dan Upskilling ini peserta akan diberi tugas mengelola dan memproduksi konten.

### **3. Pelaksanaan**

Pelatihan *upskilling* dan *reskilling* di hari pertama dimulai pada hari Selasa, 18 Juli 2023 dengan pengenalan dengan 26 peserta yang berasal dari berbagai penjuru daerah di Indonesia. Terjauh tercatat berasal dari Palu, Sulawesi Tengah. Mereka seluruhnya adalah guru SMK baik negri maupun swasta dengan kompetensi Desain Komunikasi Visual (kemudian disebut DKV). Meski demikian tidak seluruhnya memiliki latar belakang atau disiplin ilmu DKV, beberapa diantaranya dari jurusan Teknik Informatika, Komputer Jaringan bahkan Ilmu Fisika. Adanya peraturan pemerintah untuk menerapkan kurikulum 2013 membuat beberapa sekolah membuka jurusan baru dengan peminatan industry yang tinggi, salah satunya DKV. Oleh karena itu para guru juga harus menyesuaikan diri mengampu mata kuliah terkait DKV.

Meski ada *gap* disiplin ilmu terkait DKV antara peserta namun media digital sebagai materi utama justru menjadi penyetara atau pemerataan level karena sebagian besar, bahkan dapat dikatakan seluruhnya, belum pernah mendapatkan pendalaman terkait digitalisasi sebelumnya.

Perkembangan media digital dan pemanfaatannya dalam keseharian memang telah menjadi sebuah keniscayaan, namun mempelajari bagaimana pemetaan yang terjadi sesungguhnya masih

belum atau bahkan sulit untuk dikejar. Ini karena perkembangannya yang sangat *rapid* atau cepat sekali. Kajian, analisis bahkan kepustakaan mengenai media digital cepat terbarui. Buku berkaitan media digital 2 bahkan 3 tahun lalu bisa tampak usang termakan kemajuan zaman yang sangat cepat. Kita selalu dituntut untuk terus *update* dengan perkembangan yang terjadi. Hal ini dapat menimbulkan ambiguitas dalam sistem pengajaran karena kita tidak bisa mengubah kurikulum secara cepat. Jika hal tersebut dilakukan perlu adanya evaluasi terlebih dahulu yang bahkan ketika evaluasi selesai dilakukan perkembangan terbaru telah terjadi.

Oleh karena itu, diperlukan kecakapan dari pengajar untuk terus menerus menyesuaikan dan terus membekali diri dengan pengetahuan terbaru. Untuk itu literasi media digital diperlukan karena dengan literasi kemampuan dalam mengolah dan memahami informasi dapat kemudian diterapkan atau disesuaikan dengan materi ajar para pengajar.

Berikut ini urutan pemberian materi yang dilakukan penulis selama pelatihan:

### 3.1 Today's Media

Penulis membuka pelatihan dengan menyajikan fakta-fakta terbaru terkait penggunaan media internet baik secara global maupun nasional. Dari data WeAreSocial per-Januari 2023 total populasi dunia mencapai 8,01 milyar dan sudah lebih dari 60%nya atau sekitar 5,16 milyar adalah pengguna internet. Ada kenaikan 1,9% dari tahun lalu. Istilah Internet of Things menunjukkan bahwa penggunaan manusia sudah bergantung pada jaringan internet dalam menjalankan keseharian mereka. Pesatnya pertumbuhan juga diakibatkan munculnya *platform* sosial media baru seperti TikTok, maraknya penjualan online dengan *platform* marketplace yang terbaru teknologi kecerdasan buatan atau *artificial intelligence*.

Sementara di Indonesia dari total 276,4 juta populasinya, 212,9 juta telah terpapar internet atau mencapai 77%. Dengan populasi terbesar ke-4 di dunia tidak mengejutkan jika netizen atau masyarakat internet Indonesia menjadi salah satu yang teraktif. Rerata pengguna internet di Indonesia menghabiskan 7 jam 42 menit perharinya. Penggunaan social media juga

salah satu yang paling aktif terbukti *tranding topic* terus dihasilkan oleh netizen Indonesia. Hal ini termasuk karena usia 18-24 tahun dan 25-34 tahun menjadi profil demografi terbesar di Indonesia, yang juga berarti sebagai usia produktif dengan kesadaran internet atau digital savvy cukup tinggi.



Konsumen Indonesia yang melakukan pembelajaan secara daring juga meningkat. McKinsey menyatakan bahwa melalui perdagangan daringnya, ekonomi digital Indoensia di tahun 2025 menjadi yang tercepat di Asia Tenggara dengan nilai mencapai lebih dari 130 miliar dollar Amerika. Hal ini dapat menjadi pijakan para peserta pelatihan untuk menyiapkan peserta didiknya dalam menyambut potensi tersebut.

Hal lain yang terjadi dalam media sosial Indonesia adalah bahwa masyarakatnya menggunakan jaringan daring untuk bisa membuat mereka diperdengarkan suaranya, khususnya mengenai problematika politik dan sosial. Yang terbaru adalah kasus pemukulan Mario Dandi kepada anak Cristalino David Ozora, atau sebelumnya pembunuhan yang dilakukan perwira tinggi polisi Ferdy Sambo kepada Brigandir Nofriansyah Yosua Hutabarat. Banyak kasus viral lainnya pada akhirnya dapat terungkap dengan jelas karena dorongan dari para netizen Indonesia.

### 3.2. Disrupsi dan Dampak yang Ditimbulkannya

Konsep disrupsi sebetulnya telah mengeruak lebih dari lima tahun lalu, namun belum seluruh masyarakat memahami arti yang sebenarnya. Disrupsi atau *disruption* adalah kondisi di mana industri-industri besar dilakukan oleh pemain baru yang menggunakan teknologi digital dalam operasionalnya. Kita saksikan industri taksi tak berikut dengan kehadiran Gojek; banyak department store keteteran karena orang lebih memilih belanja daring; industri penerbitan cetak terpaksa gulung tikar; hingga industry hotel yang terpaksa putar otak karena kelihatang banyak tamunya karena AirBnB maupun jaringan aplikasi layanan perhotelan yang menawarkan tempat penginapan lebih murah.



Perubahan ini dipacu oleh teknologi aplikasi yang menghubungkan industry dengan penggunanya secara langsung. Aplikasi dimungkinkan setelah teknologi telpon pintar atau *smartphones* semakin canggih. Selain perusahaan yang menyediakan layanan melalui aplikasi, pengguna juga dapat memanfaatkan untuk kebutuhan ekonominya. Peluang ini disebut dengan 'ekonomi berbagi' atau *sharing economy* yaitu aktifitas ekonomi dan sosial yang melibatkan pemanfaatan teknologi dan internet untuk menfasilitasi individu dalam meminjam atau menyewakan sebuah aset kepada pihak lain.

Dengan konsep ini kita mengenal driver Gojek yang sebetulnya 'tidak bekerja' untuk perusahaan Gojek namun bekerja untuk dirinya dengan aset

kendaraan yang dimilikinya. Atau penjual makanan kini tidak perlu memiliki warung makan atau restoran karena bisa menjualkan melalui jaringan daring. Atau pemilik properti dapat menyewakan sebagian atau seluruh rumah miliknya dengan aplikasi penginapan. Atau siapapun tidak perlu memiliki toko secara fisik untuk menjual barang kebutuhan sehari-hari, namun cukup membuka toko online melalui laman marketplace saja.

### 3.3. User Generated Content

Bentuk lain dari dinamika perkembangan teknologi digital adalah konsep tentang *User Generated Content* (kemudian ditulis USG) di mana setiap konsumen atau pengguna membuat konten, baik berupa gambar, video, ulasan, testimoni hingga podcast, dan dipublikasikan di media sosial atau saluran komunikasi lainnya. Dampak dari USG ini bukan hanya sekedar menampilkan konten sosial, namun dengan berbagai respon, interaksi, dan sirkulasinya berkelindan untuk memperkuat konten sehingga akun pengguna semakin tumbuh besar. Pertumbuhan akun ini bukan hanya berdampak populeritas, namun sebagaimana media konvensional besar, akan menguntungkan secara ekonomi. Istilah ini juga disebut dengan monetasi atau *monetizing*.

Dengan UGC kini setiap orang seperti memiliki medianya sendiri. Orang dengan jumlah pengikut yang besar, atau disebut dengan influencer, akan semakin diuntungkan. Suara mereka akan terdengar nyaring dan pengikutnya seolah akan mengikuti apapun yang didengungkan. Hal ini tentu memberikan keuntungan.

Dunia marketingpun juga terdampak dengan tren UGC ini. Jika sebelumnya loyalitas konsumen dinilai dari pembelian berulang, namun kini konsumen didorong untuk melakukan advocacy atau memberi rekomendasi kepada calon konsumen lain. Hal ini karena konsumen akan lebih percaya rekomendasi dari orang kepercayaannya dibandingkan dilihat dari iklan konvesional yang menarik sekalipun. UGC mendorong brand untuk melakukan endorsement influencer untuk merekomendasikan produknya.

Selain marketing hal ini juga mengubah persepsi periklanan dalam membuat informasi persuasifnya.



Selain itu dalam kini kita telah memasuki marketing 5.0 dimana teknologi yang berkembang cukup canggih dipergunakan untuk kemaslahatan manusia. Sehingga paradox akan adanya kekhawatiran berbagai sopistikasi teknologi akan menggusur beberapa profesi manusia pada saat yang sama juga memberikan banyak peluang akan adanya profesi baru yang bahkan memberikan dampak ekonomi lebih besar. Hal tersebut juga terkonfirmasi dengan industri yang kini memasuki fase 5.0 di mana terjadinya *mass customization* dan *cyber physical human intelligence, cognitive system*; yang jika dijabarkan bentuk teknologinya seperti Artificial intelligence, Machine learning, NLP (Natural Language Processing), AR (Augmented Reality), VR (Virtual Reality) (Chat GPT, Blockchain, Technology sensor, Google Search by image/voice, Filter applications.

### 3.4. Enam Pendukung Teknologi Mendarat

Pada akhirnya penulis menjelaskan mengenai apa-apa saja teknologi masa depan yang disinyalir akan mendukung perbaikan-

perbaikan kehidupan manusia. Setidaknya terdapat enam hal yang Penulis jelaskan satu-per-satu, yaitu:

1. AI atau Artificial intelligence

Istilah dalam bahasa Indonesia adalah kecerdasan buatan merupakan perkembangan teknologi yang bekerja dengan pengembangan sistem komputer yang mampu melakukan tugas-tugas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia, seperti persepsi visual, pengenalan suara, pengambilan keputusan, dan penerjemahan antar bahasa. Contohnya industrial internet untuk sistem perbankan digital Alipay milik Alibaba yang menggunakan AI dan teknologi pendukung lain untuk mengotomatisasi seluruh proses bisnis intinya.

2. Natural Language Processing atau NLP

NLP atau pengolahan bahasa alami merupakan teknologi yang berkaitan dengan kemampuan computer dalam memahami, menafsirkan hingga memanipulasi bahasa atau perintah manusia. NLP yang kini mulai dikenal masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai peralatan berbasis smart home, browser, penerjemah, chatbot, hingga koreksi chat. Contoh NLP mulai dari *chatbot* untuk bisnis dan berjualan hingga yang terbaru adalah Chat GPT yang menggabungkan NLP dengan Machine Learning (ML) untuk membuat chatbot yang lebih responsive dan cerdas.

3. Teknologi sensor

adalah teknologi yang menggunakan sensor untuk memperoleh informasi dengan cara mendekripsi besaran sifat fisika, kimia, atau biologi dan mengubahnya menjadi sinyal yang dapat dibaca. Dalam teknologi digital yang paling dikenal adalah teknologi pengenalan gambar. Misalnya perusahaan ritel menggunakan sensor pengenalan gambar secara ekstensif untuk mengoptimalkan tampilan dan mendorong lebih banyak pembelian.

4. Robot

Merupakan mesin yang menyerupai manusia dan mampu mereplikasi gerakan dan fungsi manusia tertentu secara otomatis. Dalam berbagai industri, robot digunakan untuk menggantikan manusia dalam menangani pelanggan. Contohnya Hotel Flyzoo milik Alibaba di Hangzhou, China, menerapkan hampir seluruh fasilitas hotel, termasuk customer service, pelayan hingga kafe dengan robot.

#### 5. Realitas campuran dengan AR & VR

Merupakan inovasi antarmuka pengguna tiga dimensi, baik AR atau Augmented Reality, maupun VR atau Virtual Reality. Keduanya teknologi yang diterapkan mengaburkan batasan antara dunia nyata dan digital. Yang berkembang saat ini khususnya pada hiburan dan permainan (*game*), termasuk untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. AR misalnya untuk gim popular Pokemon Go, sementara VR misalnya kacamata virtual keluaran Google yang membuat pemakainya serasa memasuki dunia virtual.

#### 6. IoT (Internet of Things) dan blockchain

IoT merujuk pada interkoneksi mesin dan perangkat yang saling berkomunikasi yang memungkinkan terjadinya pengalaman yang mulus. Misalnya gelang MagicBand dari Disney yang membuat pemakainya mengapatkan informasi dan pengalaman terbaik selama berada di taman hiburan Disney. Sementara blockchain adalah bentuk lain dari teknologi yang terdistribusi dengan sistem kerja yang mencatat data terenkripsi pada jaringan rekan-ke-rekan. Tiap blok berisi satu halaman buku besar yang berisi semua transaksi masa lalu yang begitu diselesaikan blok tidak dapat diubah dan akan membuka jalan blok berikutnya di rantai selanjutnya. Contohnya adalah bitcoin hingga crypoocurrency.

## 5. Harapan dan Penutupan

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan bukan hanya sekedar memenuhi undangan pemohonan sebagai pemateri atau narasumber, namun bagi penulis menajamkan kompetensi di bidang media digital. Bagi peserta, penulis berharap memberikan dampak sebagai berikut:

1. Pemahaman terkait kondisi terkini sopistikasi media digital
2. Mampu menemukan potensi dalam penerapannya di bidang Desain Komunikasi Visual.
3. Mampu membuat bahan ajar teknologi kekinian untuk penerapan Desain Komunikasi Visual kepada peserta didiknya.
4. Selain bahan ajar, dengan portofolio dari diklat ini dapat dijadikan modul yang menyesuaikan kompetensi unggulan di masing-masing sekolah asal peserta mengajar.
5. Sebagai tindaklanjut dari pelatihan diharapkan para peserta yang adalah guru SMK DKV mampu mendorong peserta didiknya untuk terampil sebagai media digital yang memang dibutuhkan oleh industri.
6. Sebagai salah satu usaha untuk memperkenalkan STIKOM Yogyakarta, khususnya jurusan Advertising yang berbasir periklanan digital.

Pada akhirnya keterlibatan penulis sebagai narasumber dalam kegiatan Diklat Upskilling dan Reskilling Guru SMK dengan kompetensi Desain Komunikasi Visual ini menjadi kesempatan yang baik untuk semakin memperluas jejaring dengan para kolega guru Pendidikan kejuruan yang linier dengan pendidikan vokasi. Lebih khusus, kepercayaan yang diberikan menjadi pemicu penulis untuk lebih banyak memberikan kontribusi pada perkembangan kecakapan media digital atau *digital media literacy* di Indonesia.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI**  
**BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENJAMINAN MUTU  
PENDIDIKAN VOKASI SENI DAN BUDAYA**

Jalan Kaliurang Km. 12,5 Klidon, Sukoharjo, Ngaglik, Sleman, DI Yogyakarta 55581  
Telepon (0274) 895803, 895804, 895805; Faksimile (0274) 895804, 895805  
Laman: [bbppmpvsb.kemdikbud.go.id/](http://bbppmpvsb.kemdikbud.go.id/); Posel: [bbppmpvsb@kemdikbud.go.id](mailto:bbppmpvsb@kemdikbud.go.id)

Nomor : 1795/D7.1/PP.01.03/2023  
Lampiran : Satu Berkas  
H a l : Permohonan Narasumber

19 Juli 2023

Yth. Pimpinan STIKOM Yogyakarta

Diberitahukan dengan hormat bahwa Balai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidikan Vokasi (BBPPMPV) Seni dan Budaya sedang menyelenggarakan kegiatan Pelaksanaan Upskilling dan Reskilling Guru Vokasi Bidang Seni dan Budaya Konsentrasi Keahlian Desain Komunikasi Visual (Iklan Media Digital) pada tanggal 12 Juli s.d. 16 Agustus 2023, dengan rincian jadwal sebagai berikut:

1. Mode Dalam Jaringan : tanggal 12 s.d. 14 Juli 2023 (tempat masing-masing)
2. Mode Tatap Muka : tanggal 17 s.d 30 Juli 2023 (BPMP DIY)
3. Magang Industri : tanggal 31 Juli s.d. 13 Agustus 2023 (Industri)
4. Gelar Karya : tanggal 14 s.d 16 Agustus 2023 (BBPPMPV Seni dan Budaya)
5. Penutupan : tanggal 16 Agustus 2023 (BBPPMPV Seni dan Budaya)

Sehubungan hal tersebut, kami mohon Saudara berkenan mengizinkan sekaligus menugaskan Sdri. Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum dan Sdri. Ibu Dhini Ariesta, M.A untuk menjadi Narasumber dalam kegiatan dimaksud.

Adapun Struktur Program dan Jadwal Pelaksanaan sebagaimana terlampir.

Pelaksanaan kegiatan di BPMP DIY, Jalan Tirtomartani, Karang Nongko, Tirtomartani, Kec. Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55571.

Seluruh biaya kegiatan dibebankan pada DIPA BBPPMPV Seni dan Budaya Tahun Anggaran 2023.

Untuk mencegah penularan virus covid-19 agar mematuhi dan menerapkan protokol kesehatan

Atas perhtian dan kerja sama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala,



Dr. Dra. Sarjilah, M.Pd.  
NIP 196504131993032003



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetakannya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSe

**DAFTAR NAMA NARASUMBER**  
**UPSKILLING DAN RESKILLING GURU VOKASI BIDANG SENI DAN BUDAYA**  
**KONSENTRASI KEAHLIAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (IKLAN MEDIA DIGITAL)**

**A. Struktur Program**

PROGRAM/MATERI	JML JAM	NARASUMBER/ FASILITATOR	INSTANSI
<b>UMUM (26 JP)</b>			
1. Kebijakan Pendidikan Vokasi	2	Dr. Ir. Kiki Yuliati, M.Sc.	Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi
2. Kebijakan BBPPMPV Seni dan Budaya	2	Dr. Dra. Sarjilah, M.Pd.	BBPPMPV SB
3. Arah Kebijakan Pengembangan Pendidikan Vokasi	2	Komisi X DPR RI	DPR RI
4. Orientasi Program Pelatihan	3	Yuni Purniantono, S.E. Ambar Wahyu Astuti, S.H., M.Pd. Fatkhiyatun Jannah, S.H	BBPPMPV SB BBPPMPV SB BBPPMPV SB
5. Kurikulum Merdeka	5	Drs. Agung Handoko, M.Pd.	BBPPMPV SB
6. Budaya Kerja	6	Sri Lestari, S.Sn., M.Pd.	BBPPMPV SB
7. PJBL	6	Drs. Marsudi, M.Pd.	BBPPMPV SB
<b>POKOK (220 JP)</b>			
8. Praktik Kejuruan			
a. Perkembangan terkini iklan media digital	3	Yazied Syafa'at	Srengenge Culture Lab
b. Pengantar Media Digital	10	<b>Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum</b> <b>Dhini Ariesta, M.A</b>	<b>STIKOM Yogyakarta</b>
c. Branding Digital	5	<b>Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum</b> <b>Dhini Ariesta, M.A</b>	STIKOM Yogyakarta
d. Strategi Digital	10	<b>Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum</b>	STIKOM Yogyakarta
e. Perencanaan Produksi Konten	10	<b>Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum</b>	STIKOM Yogyakarta
f. Produksi Konten	20	Eko Suprati, S.Sn., M.A Bari Paramarta, S.Sn	BBPPMPV SB AKS Yogyakarta
g. Eksekusi Konten	20	<b>Karina Rima Melati, S.Sn., M.Hum</b> <b>Dhini Ariesta, M.A</b>	STIKOM Yogyakarta
h. Presentasi dan Evaluasi Karya	10	Eko Suprati, S.Sn., M.A	BBPPMPV SB
9. Magang Industri	102	Ridwan Wahyu Cahyono	PT. Aseli Dagadu Djokdja
10. Uji Kompetensi	10	Ridwan Wahyu Cahyono	PT. Aseli Dagadu Djokdja
11. Gelar Karya	20	Bari Paramarta, S.Sn	AKS Yogyakarta

**SURAT TUGAS**  
**No : 44/E/STI/Ket/S.Tgs/VII/2023**

Berdasarkan surat tugas dari balai Besar Pengembangan Mutu Pendidikan Vokasi (BBPPMPV) tentang Upskilling dan Reskilling Guru Vokasi Seni dan Budaya Konsentrasi Keahlian Desain Komunikasi Visual Unit Kompetensi Videografi , maka saya :

Nama : Dra. Sudaru Murti, M.Si  
Jabatan : Ketua  
Instansi : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta

Menugaskan saudari,

Nama : Karina Rima Melati, M.Hum  
Jabatan : Dosen D3 Periklanan  
Instansi : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta

Untuk menjadi Pemateri dalam acara tersebut diatas, yang akan dilaksanakan pada :

Hari, Tanggal : Senin, 17 Juli – Minggu, 30 Juli 2023  
Tempat : BBPPMPV Seni dan Budaya

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 15 Juli 2023  
Ketua,

  
**Dra. Sudaru Murti, M.Si**  
NIP. 1960121819870220001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI**  
**BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENJAMINAN MUTU  
PENDIDIKAN VOKASI SENI DAN BUDAYA**  
Jalan Kaliurang Km. 12,5 Klidon, Sukoharjo, Ngaglik, Sleman, DI Yogyakarta 55581  
Telepon (0274) 895803, 895804, 895805; Faksimile (0274) 895804, 895805  
Laman: bbppmpvbs.kemdikbud.go.id; Posel: bbppmpvbs@kemdikbud.go.id

**DAFTAR HADIR PESERTA**

Program/Kegiatan : Pelaksanaan *Upskilling* dan *Reskilling* Guru Vokasi Bidang Seni dan Budaya  
Konsentrasi Keahlian DKV (Digital Marketing).

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>INSTANSI</b>
1.	Aldo Ngara, S.Pd.	SMKN 1 Payakumbuh
2.	Muhammad Hazri Zein,S.Ds	SMK Negeri 1 Rengat
3.	Robby Fernandes,S.Kom	SMK N 2 Kota Jambi
4.	Pratama Putra	SMK Ma'arif Jakarta
5.	Ade Wibowo, S.Kom	SMKN 49 Jakarta
6.	Fitriana Bella Shafira, S.Kom	SMK Muhammadiyah 5 Jakarta
7.	Pupu Adiwatsa, S.Kom	SMKN 1 Panyingkiran
8.	Syam Rahadian Ardhy, S.Kom	SMKS Al Falah Tanjungjaya
9.	Hendra Surya Pratama, S.Kom	SMKN 1 Banjarmasin
10.	Hapid Rahmat, S.T	SMKS Plus Qurrota A'yun
11.	Alda Anisda Suganda, A.Md	SMKS Wira Buana 1
12.	Deni Retno Yuniati, S.Si	SMK Negeri 1 Klaten
13.	Dina Saftitah, S.Ds.	SMK NU Ungaran

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>INSTANSI</b>
14.	Faisal Fathi, S.Kom.	SMKS Miftahul Huda
15.	Fiani Nur Aji Pangastuti, S.Pd.	SMK N 1 Bantul
16.	Derry Laksmana Putra, S.Pd.	SMK Tamansiswa Jetis Yogyakarta
17.	Dhyana Sulistyawati, S. Kom	SMK N 10 Surabaya
18.	Riza Habiby, S.Sn	SMKN 5 Malang
19.	Prasetyaning Tyas Kusumodewi, S.Ds.	SMKN 1 Bagor Kab. Nganjuk
20.	Muhammad Rizal Azis, S.ST, M.Par	SMKN 2 Palu
21.	Sitti Ramlah, S.Si	SMK Muhammadiyah 1 Palu
22.	Mohamad Nasrullah Amin, S.Ds.	SMK Bangung Bangsa Mandiri Kandanghaur
23.	I Wayan Mudita, S.Pd	SMK Negeri 1 Sukasada
24.	Seno Isbiyantoro, S.Pd	SMK Negeri 2 Pemangkat
25.	Dewi Citra Kurnia, S.Kom.	SMK Sunnatunnur
26.	Muhammad Fuad Rizka, S. Kom	SMK Graha Madina Singosari

## Fokumenatasi kegiatan



