ANUVA Volume 10 (3): 669-684, 2026
Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online
Available Online at: http://ejournal.undip.ac.id/index.php/anuva

Artificial Intelligence Literacy Desain Grafis Pegawai Kantor Desa Cintaratu-Pangandaran

Rizki Nurislaminingsih[1*)], Atef Fahrudin[1], Fitri Perdana[1], Yanuar Yoga Prasetyawan[2]
[1]*Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Jawa Barat Indonesia*
[2]*Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Jawa Tengah Indonesia*

[*)]Korespondensi: nurislaminingsih@unpad.ac.id

Abstract

(Artificial Intelligence Literacy Desain Grafis Employees in Cintaratu Village Office-Pangandaran) *Artificial intelligence (AI) literacy has become a crucial skill for the publicr, given the increasingly widespread use of AI—including among public service employees. A focus on public service necessitates work that is efficient yet mindful of the public interest. This study aimed to train employees at the Cintaratu Village Office-Pangandaran in the "Four-construct Model" of AI literacy, utilizing ChatGPT to create graphic designs that facilitate the dissemination of announcements to the community. An experimental qualitative method was used to deliver the training based on this model to 10 employees. Participants were provided with AI literacy materials and hands-on practice using ChatGPT to create logos, holiday greeting-style infographics, and announcement infographics. The results indicate that participants understood the distinction between AI-based and non-AI technologies (Awareness); were able to operate AI tools, experiment with prompt keywords, and create logos and infographics (Usage); could assess correct actions versus errors in AI usage (Evaluation); and acknowledged the importance of safeguarding public data privacy (Ethics). In conclusion, the participants mastered all stages of the Four-construct Model: Awareness (recognizing AI technology), Usage (using AI to create infographics), Evaluation (realizing that infographic outcomes depend on specific prompt keywords), and Ethics (recognizing the necessity of adhering to data privacy standards). While this study demonstrated mastery of the Four-construct Model stages, it did not measure the specific proficiency level attained. These findings can serve as a basis for future research utilizing quantitative experimental methods.*

Keywords: *AI literacy; Four-construct Model; infographics; public service science*

Abstrak

Literasi *artificial intelligence* menjadi hal yang penting untuk dikuasai masyarakat mengingat pemanfaatan AI yang kian masif, termasuk pegawai layanan publik. Fokus pada layanan masyarakat menuntut pekerjaan yang cepat namun tetap memperhatikan kepentingan publik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melatih *Four-construct Model* literasi AI bagi pegawai di Kantor Desa Cintaratu Pangandaran menggunakan ChatGPT untuk membuat desain grafis yang berguna untuk memudahkan pemberian pengumuman pada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksperimen untuk memberikan *treatment* atau pelatihan literasi AI menggunakan *Four-construct Model* Kepada 10 pegawai. Peserta diberi materi literasi AI dan praktik menggunakan ChatGPT untuk membuat logo, infografis mirip kartu ucapan hari raya, dan infografis pengumuman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta mengerti jenis teknologi yang menggunakan AI dan yang bukan AI (*Awareness*), mampu mengoperasikan AI, mencoba kata kunci di prompt hingga membuat logo dan infografis (*Usage*), menilai tindakan yang benar dan kekeliruan dalam menggunakan AI (*Evaluation*), dan mengakui pentingnya menjaga privasi data masyarakat (*Ethics*). Kesimpulan peserta menguasai seluruh tahapan *Four-construct Model* yakni tahap *Awareness* (mengenali teknologi AI), *Usage* (mampu menggunakan AI untuk membuat infografis), *Evaluation* (menyadari hasil infografis tergantung dengan spesifikasi kata kunci di *prompt*), dan *Ethics* (menyadari bahwa privasi data adalah hal yang harus dipatuhi). Hasil dari penelitian ini masih berupa kemampuan menguasai tahapan *Four-construct Model* literasi AI, belum mengukur seberapa tinggi tingkat kemampuan. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi penelitian lanjutan untuk meneliti dengan menggunakan eksperimen kuantitatif.

Kata kunci: Four-construct Model; infografis; layanan publik; literasi AI

1. Pendahuluan

Kata Artificial Intelligence kian familiar di telinga masyarakat. Orang-orang pun kian akrab dengan singkatannya; AI. Mayoritas memanfaatkan AI untuk mencari informasi, serupa dengan fungsi search engine (contohnya Google). Sebagian orang menggunakan AI untuk meminta pendapat, menceritakan

masalah, saling bertukar ide, minta tolong dibuatkan sesuatu, atau aktivitas percakapan lain, mirip dengan berbincang antara sesama manusia. Hal ini seperti yang diungkapkan Wang et al. (2022), bahwa *Artificial Intelligence* (AI) merupakan produk dari ilmu teknologi (cabang dari ilmu komputer) berupa mesin berbasis komputer berfokus pada tujuan menyerupai kecerdasan manusia.

Pada perkembangan penggunaan, masyarakat mulai terbiasa memanfaatkan AI untuk membuat produk virtual, *softfile*, dan produk digital lain, yang pada intinya AI diperlakukan sebagai aplikasi yang dapat membantu manusia untuk membuat berbagai macam produk dengan cepat dan mudah. Wang et al. (2022) juga memberi pendapat serupa bahwa sejak awal pembuatannya AI memang ditujukan untuk menyimulasikan, mengembangkan, dan perpanjangan tangan dari kecerdasan manusia. Singkatnya, AI adalah produk berbasis cara kerja komputer namun didesain agar menyerupai daya kerja manusia agar nantinya berguna untuk lebih memudahkan pekerjaan manusia.

Contoh penggunaan AI untuk memudahkan pekerjaan manusia adalah pembuatan desain grafis. Sebelum ada komputer, para *desainer* harus menggambar sketsa di kertas menggunakan pensil atau pena berkali-kali. Bentuk gambar tergantung imajinasi perancangnya. Setelah ada komputer, orang-orang kemudian menggunakan pointer dari mouse yang tampil di layar untuk menggambar. *Pointer* adalah pengganti pena sedangkan layar komputer adalah kertasnya. Gambar yang dihasilkan makin indah dengan beragam pilihan bentuk dan warna yang telah tersedia secara otomatis. *Desainer* dapat menambahkan, mengubah, bahkan menghapus bentuk dan warna sesegera mungkin. Inilah kemudahan yang diberikan komputer dibanding membuat grafis secara manual.

Adanya AI semakin mempermudah proses tersebut, cukup dengan memberi instruksi ingin gambar seperti apa, apa saja warnanya, bagaimana bentuknya, maka AI akan membuatkan desainnya dalam hitungan detik. Bila gambar yang diberikan AI masih jauh dari ekspektasi, maka intruksi bisa diberikan kembali, misal berganti warna, menambahan bentuk, dan lain sebagainya. Namun demikian, bila dicermati, AI sesungguhnya memiliki dua sisi sifat yang sama-sama krusial. Satu sisi adanya AI akan sangat membantu memudahkan aktivitas manusia karena diciptakan untuk menyerupai kecerdasan manusia. Adanya kesamaan tersebut akan memudahkan bagi masyarakat untuk memanfaatkan AI. Sisi lainnya adalah efek kebingungan bagi manusia dalam merespon hadirnya AI. Sebagian dari masyarakat telah menyadari dampak dari adanya internet yang tidak hanya berlaku bagi pengguna namun juga bagi orang lain. Hal serupa juga berlaku bagi penggunaan AI yang tidak saja berkaitan untuk diri sendiri namun juga berkaitan erat dengan eksternal.

Oleh sebab itu diperlukan literasi agar interaksi seseorang dengan AI tidak merugikan pihak lain. Hal ini berlaku bagi siapapun, tidak terkecuali pegawai di kantor yang memiliki tugas utama layanan publik, seperti di Kantor Desa Cintaratu Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Kewajiban utama sebagai ASN (Aparatur Sipil Negara) adalah memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga senantiasa dituntut untuk memberi layanan yang cepat karena kebutuhan masyarakat yang beragam. Salah satu solusi yang dapat dipilih adalah peningkatan penguasaan teknologi bagi pegawai publik. Pentingnya literasi dalam penggunaan teknologi digital bagi pekerja publik, termasuk pegawai pemerintah dan aparatur sipil negara

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

ditegaskan Lukianenko et al. (2026). bahwa literasi digital memastikan keseimbangan antara penerapan *e-government* dengan pengembangan keterampilan digital para pegawai, dan mendukung transparansi layanan. Oleh sebab itu perlu dilakukan pelatihan literasi bagi pegawai negara agar mengimbangi transformasi digital. Pegawai yang bersedia mengikuti pelatihan mencerminkan usaha untuk terus memperbaiki kualitas diri yang berguna untuk peningkatan layanan kepada masyarakat yang menjadi tanggung jawabnya.

Lopes et al. (2023) pun menyoroti pentingnya pengembangan kompetensi digital bagi aparatur yang memiliki tugas utama di sektor publik. Disadari atau tidak, masyarakat kini hidup di era digital yang secara otomatis akan memunculkan tuntutan kecepatan layanan semudah mungkin karena berbantukan perangkat teknologi. Aparatur yang menguasai penggunaan digital akan lebih siap menghadapi transformasi digital. Kesiapan ini yang berguna untuk menyelesaikan kompleksitas tugas administrasi dan layanan publik dengan lebih cepat dan tepat. Salah satu solusi dari kebutuhan ini adalah pengembangan kompetensi digital aparatur sipil. Steils (2021) memberi contoh tema penelitian yang dapat meningkatkan kemampuan dalam penguasaan teknologi yakni eksperimen kualitatif tentang perilaku pencarian informasi, cara mempelajari atau menggunakan produk baru, atau cara menyunting foto menggunakan aplikasi *photoshop*.

Hal tersebut yang mendasari penelitian eksperimen ini yakni bertujuan untuk memberi *treatment* literasi AI bagi ASN di Kantor Desa Cintaratu, Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran dan mengidentifikasi tahapan yang dikuasai peserta. Pejaringan peserta didasarkan pada pekerjaan sebagai pegawai administrasi dengan kewajiban layanan publik yang beragam namun harus cepat. Contoh kebutuhan paling mendesak adalah mendesain infografis berisi pengumuman yang perlu diketahui warga. Kantor desa juga belum memiliki logo yang merepresentasi identitas. Logo penting bagi sebuah desa karena fungsinya mirip “stempel”. Sebagian dari peserta juga memiliki *home industry* dengan kebutuhan pembuatan logo yang mewakili karakter produk. Oleh sebab itu pelatihan literasi AI penting dilakukan agar peserta tidak saja mengerti caranya menggunakan AI dan mengkreasikan logo, namun juga memahami etika interaksi antara manusia dengan AI dan etika publikasi logo yang telah dihasilkan.

Penelitian ini menggunakan aplikasi AI bernama ChatGPT untuk melatih peserta membuat produk desain grafis. Muji et al. (2023) menyebutkan jenis aplikasi AI untuk desain grafis antara lain Limbiks, ChatGPT, Looka, Pagegenie, Khroma, dan DALL-E. Penelitian sebelumnya dengan tema eskperimen penggunaan AI untuk desain grafis dilakukan Dinata et al. (2025) mengenai penggunaan AI (ChatGPT) yang terbukti meningkatkan kreativitas guru dalam membuat ilustrasi cerita beserta tokohnya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah fokus pada penelitian eksperimen penggunaan aplikasi bernama ChatGPT untuk desain grafis. Perbedaan penelitian ada pada metode, Dinata et al. (2025) menggunakan kualitatif studi kasus sedangkan penelitian ini kualitatif eksperimen. Perbedaan lain terletak pada konten yang dibuat. Dinata et al. (2025) melatih pembuatan ilustrasi oleh guru untuk menunjang pengajaran sedangkan pada penelitian ini melatih literasi AI pegawai publik melalui praktek menggunakan ChatGPT.

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

Pelatihan literasi ini bertujuan agar peserta menguasai literasi AI sekaligus mengerti cara menggunakan AI untuk memproduksi konten desain grafis. Selain itu juga peserta menyadari hak dan kewajiban sebagai pegawai layanan masyarakat berdasarkan etika literasi AI. Peneliti menggunakan *Four-construct Model* literasi AI dari Wang et al. (2022) untuk melatih peserta agar menguasai literasi AI. Wang et al. (2022) juga menyebut model ini dengan AILS (*Artificial Intelligence Literacy Scale*) untuk pengukuran tingkat literasi. Batasan pada penelitian ini adalah eksperimen kualitatif, meski nama lain dari *Four-construct Model* adalah AILS (*Artificial Intelligence Literacy Scale*) yang dapat digunakan untuk penelitian eksperimen kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan model tersebut untuk eksperimen kualitatif memberi *treatment* tentang literasi AI dengan tujuan eksplorasi kemampuan peserta dalam menguasai literasi AI, bukan mengukur seberapa tinggi atau seberapa rendah kemampuan (yang seharusnya dilakukan secara kuantitatif). Hasil dari penelitian eksperimen kualitatif ini tidak saja berupa penguasaan tahapan literasi AI oleh peserta namun juga dapat menjadi sumber inspirasi bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan eksperimen kuantitatif yang mengukur kemampuan peserta menggunakan AILS.

2. Landasan Teori

2.1 Literasi Media

Li et al. (2023) berpendapat, literasi media awalnya ditujukan untuk mendukung bidang komunikasi dengan fokus utama dampak informasi media terhadap individu dan masyarakat. Seiring dengan masifnya produksi dan konsumsi media sosial, literasi media kini tidak saja menjadi bahan kajian dari ilmu komunikasi, namun juga ilmu budaya (misal pelanggaran norma budaya dalam konten), sosiologi (penggunaan media sosial di berbagai lapisan masyarakat), dan sains informasi (penyebaran informasi melalui bermacam media).

Peredaran informasi yang kian pesat setiap detiknya pada akhirnya menghasilkan polusi informasi dan disinformasi. Di sinilah pentingnya literasi media agar dapat membentuk cara individu mengakses, menganalisis, menafsirkan, dan mengevaluasi informasi secara kritis (Gürel et al., 2025). Menurut Potter (2022), literasi media menuntut analisis dan evaluasi terhadap pesan-pesan media dalam konteks bagaimana pesan tersebut diproduksi. Artinya, dalam literasi media minimal ada dua elemen keterampilan (analisis dan evaluasi) dan satu elemen pengetahuan (bagaimana pesan diproduksi).

Devrim-Eserol (2025) mengingatkan bahwa pernah ada istilah literasi media tradisional, yang dicirikan dengan belum adanya internet. Meski menggunakan kata tradisional, bukan berarti perangkat tradisional seperti zaman kerajaan. Literasi media tradisional adalah kemampuan untuk memahami dan menganalisis sistem komunikasi massa seperti televisi, radio, dan media cetak dari sudut pandang analisis terhadap konten di koran, majalah, siaran tv, dan radio. Intinya, literasi media tradisional adalah keterampilan menggunakan media konvensional dan bagaimana peran unsur visual dalam proses komunikasi. Istilah literasi media baru kemudian muncul setelah adanya teknologi digital.

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

Literasi media baru menekankan pada penguasaan penggunaan media digital, pemanfaatan *search engine*, peran aktif masyarakat di media sosial, pembuatan konten, serta analisis kritis terhadap pesan-pesan yang disampaikan di media online. Banyaknya aktivitas masyarakat di dunia maya pada akhirnya menambah kajian dari literasi media baru, yakni diharuskan adanya sikap saling menghormati dalam interaksi digital, menekankan pentingnya pengguna yang etis, perhatian pada privasi serta isu-isu lingkungan dan komunitas di ruang daring (Devrim-Eserol, 2025).

2.2 Kompetensi Teknologi Digital

Dunia kerja di era digital, khususnya instansi dengan fokus utama layanan masyarakat menuntut layanan virtual yang secara otomatis pula menuntut kemampuan untuk literasi teknologi (Collard *et al.*, 2017). Literasi digital adalah hal yang harus dikuasai oleh aparatur sipil negara. Hal ini tidak semata meningkatkan kompetensi profesional tetapi juga berdampak positif terhadap kinerja administrasi publik. Contoh dampak positif adalah kepercayaan publik pada kinerja para aparatur. Harapan akan respon baik dari masyarakat tentunya harus dibarengi dengan tingginya tuntutan keterampilan dari aparatur. Keterampilan yang tinggi akan mempermudah layanan publik dan kinerja administrasi (Lukianenko *et al.*, 2026).

Pegawai negeri biasanya membuat pengumuman berisi informasi yang harus diketahui masyarakat, untuk menarik perhatian audiens sasaran, membentuk sikap rakyat, atau menciptakan perubahan sosial yang positif, bukan untuk tujuan komersial. Fokus utamanya adalah meningkatkan kesadaran mengenai isu tertentu, memengaruhi sikap individu, atau menciptakan perubahan perilaku jangka panjang. Oleh karena itu, orang-orang yang bertugas memberikan informasi publik perlu mengutamakan kepentingan publik dalam membuat kemasan informasi (Zaitseva et al., 2020).

2.3 Artificial Intelligence Literacy

Literasi AI sesungguhnya adalah tahap lanjutan dari *digital literacy dan Information, Communication, and Technology Literacy* sebab AI lahir dari pengembangan fungsi komputer, seperti yang dikatakan Wang et al. (2022) bahwa literasi digital adalah prasyarat agar seseorang menguasai literasi AI. Pemakainya pun harus menguasai teknologi agar lebih mudah dalam mengoperasikan AI. Hal ini dapat dipahami sebab banyak teknologi digital yang dapat dikoneksikan dengan AI, bahkan beberapa produk digital sudah secara otomatis menyertakan AI didalam fiturnya.

Four-construct Model literasi AI dari Wang et al. (2022) dapat digunakan untuk meneliti interaksi seseorang dengan AI. Model digunakan untuk melatih peserta agar menguasai literasi AI. Wang et al. (2022) juga menyebut model ini dengan AILS (*Artificial Intelligence Literacy Scale*) untuk pengukuran tingkat literasi. *Tahapan Four-construct Model* literasi AI terdiri dari:

1. *Awareness* adalah kemampuan mengidentifikasi fitur pada perangkat teknologi non-internet dan yang dapat terhubung internet, termasuk yang mendukung pengoperasian AI. Penguasaan tahap *awareness* memerlukan kompetensi digital, literasi digital, dan literasi media.

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

2. *Usage* adalah keterampilan untuk mengoperasikan teknologi AI guna menyelesaikan tugas atau pekerjaan, mulai dari merumuskan kata kunci, memberi instruksi yang singkat namun tepat, dan menggunakan berbagai aplikasi AI untuk tujuan yang berbeda pula. Tahap *usage* selanjutnya adalah membuat produk hasil dari modifikasi kata kunci di *prompt* kemudian memanfaatkan produk tersebut misal untuk menyelesaikan pekerjaan administrasi, presentasi, dan publikasi. Penguasaan pada tahap ini diperlukan kemampuan literasi teknologi informasi dan komunikasi, literasi informasi, dan literasi media.

3. *Evaluation* adalah kemampuan untuk menganalisis, memilih, dan menilai secara kritis aplikasi AI beserta hasil dari penggunaannya. Evaluasi adalah kompetensi yang esensial dalam literasi AI karena penggunanya menilai ketepatan dalam pemilihan jenis aplikasi AI yang paling tepat dan menilai proses pemanfaatannya, seperti ketepatan kata kunci saat *prompt*, kemudian cek kembali apakah produk yang dihasilkan AI sudah sesuai kebutuhan user.

4. *Ethics* mengacu pada kemampuan untuk menyadari tanggung-jawab dan risiko yang terkait dengan penggunaan AI. Resiko yang dimaksud tidak saja bagi diri sendiri, melainkan pula harus menyadari dampak pada lingkungan sosial dan lingkungan alam. Seseorang yang memiliki literasi AI harus mampu memahami dan menilai isu-isu etika secara tepat guna memastikan bahwa teknologi AI digunakan dengan benar, sesuai, dan tidak memberi dampak buruk bagi eksternal. Dimensi etika terkait dengan literasi digital, literasi media, serta literasi teknologi informasi dan komunikasi.

2.4 Kaitan Literasi Media, Literasi Digital, dengan Literasi AI

Pada *Four-construct Model* literasi AI dari Wang et al. (2022) tertulis jelas bahwa literasi media, literasi digital, dan kompetensi pada penguasaan teknologi adalah hal yang terkait bahkan menunjang kemampuan literasi AI. Lebih jauh Karsenti et al. (2020) menjelaskan, kompetensi digital merupakan seperangkat keterampilan yang diperlukan untuk penggunaan teknologi digital secara tepat, kritis, dan kreatif guna mencapai tujuan di berbagai bidang, seperti pembelajaran, pekerjaan, dan partisipasi dalam masyarakat. Kompetensi digital sangat erat kaitannya dengan pengembangan profesional bagi seluruh pekerja di abad ke-21. Setiap orang harus memanfaatkan sumber daya digital untuk bersikap profesional sebab era ini sudah tidak lagi dapat mengandalkan kinerja berbasis manual semata. Era digital menuntut masyarakat untuk mendapatkan layanan yang super cepat namun tetap harus tepat.

Seiring dengan terciptanya varian produk teknologi, kompetensi digital juga sudah harus mampu beradaptasi dengan artificial intelligence sekaligus mampu menilai teknologi baru tersebut secara kritis dan mengadopsi untuk kegiatan yang bermanfaat.Lund et al. (2023) meneliti kaitan literasi media, literasi informasi, literasi data, dan literasi privasi dengan pengguna ChatGPT. Hasilnya terdapat hubungan positif antara literasi informasi dan privasi dengan adopsi perangkat AI di tengah masyarakat. Kerangka kerja literasi media modern tidak semata mencakup keterampilan operasional digital, tetapi juga harus mengenai pengelolaan data, etika AI, serta ancaman terhadap privasi.

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

3. Metode Penelitian

Eksperimen kualitatif merupakan intervensi dalam situasi sosial/psikologis peserta dengan tujuan eksploratif. Eksperimen kualitatif merupakan pendekatan yang disarankan untuk penelitian kualitatif yang bertujuan mengeksplorasi dan mengidentifikasi pola, proses, atau perilaku (Steils, 2021). Penelitian dengan tema literasi sesuai dengan syarat tujuan kualitatif eksperimen tersebut karena literasi adalah pola, proses, dan juga perilaku. Menurut Finidori & Tuddenham (2017), literasi adalah pola yang dapat didefinisikan sebagai unit pembentukan makna sistemik yang berulang serta dapat dikenali, dimodelkan, atau dirancang untuk memengaruhi jalannya berbagai hal. Bagi Frankel et al. (2017), makna literasi lebih luas dibandingkan sekadar aktivitas membaca. Literasi adalah proses yang konstruktif, integratif, dan kritis yang berakar pada praktik-praktik sosial. Wood et al. (2020) memandang literasi sebagai perilaku, dengan minimal aktivitas membaca dan menulis.Tahapan eksperimen kualitatif menurut Steils (2021) antara lain:

1. Tujuan. Identifikasi atau eksplorasi pola, proses, dan perilaku.
2. Sampel. Prosedur pengambilan sampel sistematis dan beragam. Seseorang yang terbiasa menggunakan komputer atau familiar dengan fitur komputer yang tersemat di *smartphone*, maka akan lebih mudah mempelajari AI. Seluruh peserta pada treatment literasi AI ini terbiasa menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas administrasi dan menggunakan *smartphone* di keseharian. Dengan demikian, para peserta dinyatakan lulus seleksi menjadi peserta pelatihan literasi AI.
3. Pengumpulan data. Dilakukan untuk mengungkap proses dan perilaku secara eksploratif. Data utama adalah hasil eksperimen kualitatif untuk meningkatkan pembelajaran dan pemahaman. Setelah eksperimen dilakukan, tahap selanjutnya wawancara mendalam.
4. Validitas internal. Menyiapkan protokol studi yang dirancang dengan matang berdasarkan tema yang akan diujicoba dan karakteristik peserta.
5. Validitas eksternal. Menggunakan tugas nyata dengan sampel yang beragam. Validitas eksternal ditingkatkan dengan menyediakan semua materi informasi bagi peserta.
6. Validitas interpretivis. Meliputi kredibilitas dan autentisitas. Temuan yang kredibel adalah temuan yang mencerminkan sifat relativistik dari klaim kebenaran dalam tradisi interpretivis. Validitas interpretivis dipastikan dengan mendiskusikan pengalaman eksperimen secara terbuka dalam wawancara tindak lanjut yang semi-terstruktur.
7. Analisis data. Eksperimen kualitatif bersifat eksploratif dan heuristik. Tahap pertama analisis menggunakan analisis tematik. Selanjutnya, membandingkan temuan dari wawancara mendalam dan eksperimen kualitatif.
8. Penyajian data. Peneliti harus memastikan bahwa temuan mencerminkan pengalaman partisipan sesuai konteks penelitian (Steils, 2021).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi proses dalam mempelajari literasi AI dan mengungkapkan tahapan dari model yang dikuasai oleh peserta. Treatment dilaksanakan pada 31 Juli 2026

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

sebanyak 1 kali. Sampel pada penelitian ini adalah 10 pegawai di Kantor Desa Cintaratu Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran. Kriteria sampel adalah seseorang yang terbiasa menggunakan komputer atau familiar dengan fitur komputer yang tersemat di *smartphone* agar lebih mudah mempelajari AI, tidak ada syarat lebih spesifik dari keahlian peserta dalam menguasai komputer. Seluruh peserta pada *treatment* literasi AI ini terbiasa menggunakan komputer untuk menyelesaikan tugas administrasi seperti menulis laporan kegiatan rutin, mencatat identitas warga, merangkum pengaduan masyarakat, dan membuat rancangan anggaran. Seluruh peserta juga terbiasa menggunakan *smartphone* di keseharian seperti memakai *whatsapp*, mencari informasi, dan forward ucapan hari raya atau hari kemerdekaan RI.

Namun demikian, seluruh peserta belum pernah menggunakan AI baik itu untuk mencari informasi maupun membuat konten, padahal memiliki kewajiban untuk rutin membuat ucapan hari kemerdekaan RI atau hari raya keagamaan. Berdasarkan kenyataan ini, peneliti memberi *treatment* literasi AI agar peserta mampu memanfaatkan AI untuk mempermudah desain grafis ucapan tersebut, termasuk desain logo. Kantor desa juga belum memiliki logo yang sesungguhnya sangat penting untuk disertakan disetiap lembar pengumuman. Literasi AI juga penting untuk bekal pola pikir para peserta untuk mengerti makna privasi dan menjaga etika publikasi sebelum hasil desain grafis di unggah ke publik.

Pengumpulan data bertujuan untuk mengungkap proses dan perilaku secara eksploratif. Pengumpulan data dilakuan sebelum, sesaat, dan sesudah treatment di mulai. Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur (menggunakan *draft* yang di *print* sebagai daftar pertanyaan) sebagai *pre-test* untuk mengetahui pemahaman peserta pada materi. Pada sesi *treatment* dijelaskan tahapan yang harus dikuasai agar memahami literasi AI. Pelatihan literasi AI dilakukan dengan praktek menggunakan ChatGPT untuk membuat desain grafis yang bermanfaat bagi pekerjaan peserta. Setelah eksperimen dilakukan, tahap selanjutnya wawancara mendalam sebagai bagian dari post-test. Pertanyaan saat *pre-test* maupun *post-test* berdasarkan *Four-construct Model* literasi AI dari Wang et al. (2022) yakni *Awareness, Usage*, *Evaluation*, dan *Ethics*.

Validitas internal dilakukan dengan cara pendekatan kepada calon peserta dan wawancara pra penelitian untuk mengetahui karakteristik masing-masing. Hasilnya berupa keragaman tuntutan pekerjaan *public service* di kantor desa, kebutuhan masyarakat akan kecepatan informasi, dan pengakuan telah familiar dengan komputer. Penggunaan komputer masih untuk pekerjaan administrasi secara sederhana, bukan untuk membuat konten. Begitu pula dengan *smartphone* yang masih digunakan untuk *searching* informasi di Google dan menggunakan media sosial untuk *share* informasi. Oleh sebab itu calon peserta memerlukan pelatihan teknologi agar dapat menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat. Peneliti kemudian merumuskan untuk memberi pelatihan literasi AI dengan aplikasi ChatGPT.

Validitas eksternal dengan cara memberikan materi tentang literasi AI dan praktik penggunaan AI. Pada saat *treatment* peneliti sekaligus memperhatikan kemampuan peserta dalam penguasaan literasi AI. Jika ada peserta yang belum dapat membuat produk desain grafis, maka akan terus dilatih hingga setiap peserta berhasil membuat minimal 1 hal menjadi proses validitas eksternal. Validitas interpretivis adalah

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

temuan pengalaman eksperimen secara terbuka dalam wawancara tindak lanjut yang semi-terstruktur. Validitas interpretivis dilakukan dengan cara *post-test.*

Analisis data dari menggunakan analisis tematik hasil *pre-test*, pengamatan saat eksperimen, dan *post-test* berdasarkan *Four-construct* Model literasi AI dari Wang et al. (2023) yakni *Awareness, Usage, Evaluation, dan Ethics.* Penyajian data penelitian ini dalam bentuk tabel komparasi literasi AI sebelum dan sesudah pelatihan. Tema dari masing-masing kompenen model kemudian diuraikan dan dilengkapi dengan kutipan pendukung.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Sebagaimana syarat pelaksanaan penelitian kualitatif eksperimen dari Steils (2021) yang memiliki tujuan mengeksplorasi dan mengidentifikasi pola, proses, atau perilaku, maka inti dari penelitian literasi ini juga mencakup ketiga komponen tersebut. Literasi adalah pola makna sistemik yang berulang, sebagai contoh adalah model literasi (Finidori & Tuddenham, 2017). Pada penelitian ini, pola yang diteliti berdasarkan *Four-construct Model* literasi AI dari Wang et al. (2022), yakni *Awareness, Usage, Evaluation,* dan *Ethics.* Pada model terdapat pola-pola yang saling terhubung dan mendukung. Proses pada penelitian ini berupa treatment literasi media menggunakan model tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Frankel et al. (2017), makna literasi lebih luas dari sekadar membaca karena juga mencakup proses praktik sosial. Kaiser & Menkhoff (2017) memberikan contoh perilaku dalam konteks literasi. Jika seseorang menguasai literasi keuangan, maka ia akan memiliki pengetahuan dan kesadaran keuangan yang tercermin dari perilaku dalam berbisnis.

Hal tersebut juga terdapat pada hasil dari penelitian ini. *Treatment* pada pelatihan ini diawali dengan penjelasan mengenai literasi AI kemudian dilanjutkan dengan praktik menggunakan ChatGPT untuk membuat logo, infografis mirip kartu ucapan hari raya, dan infografis pengumuman. Jika ada peserta yang belum memahami materi, maka pelatihan terus dilakukan hingga setiap peserta mengerti tentang literasi AI dan mampu membuat minimal satu produk. Pengulangan ini dinamakan pola. Aktivitas mengikuti tahapan *treatment* adalah prosesnya. Perilaku peserta berupa sikap mematuhi prinsip etika literasi yang melarang mengedit data privasi warga Desa Cintaratu sebagai konten desain grafis. Pola, proses, dan perilaku dari peserta treatment lebih jelas terlihat pada hasil *post-test* yang dikomparasi dengan data *pre-test* pemahaman peserta sebelum pemberian treatment, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Literasi AI		Penjelasan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
***Awareness* (Kesadaran)**				
1	***AW_1 I can distinguish between smart devices and non-smart devices.***	Membedakan telpon atau laptop biasa dengan perangkat yang terhubung dengan internet dan AI.	Perangkat yang terhubung dengan internet hanya digunakan untuk *searching* informasi dan mengirim ucapan, belum untuk membuat produk.	Menyadari bahwa perangkat yang terhubung internet juga dapat digunakan untuk membuat produk dengan cara memanfaatkan AI.

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

2	***AW_8 I do not know how AI technology can help me.***	Teknologi AI membantu pekerjaan / tidak membantu pekerjaan di kantor desa.	Belum pernah menggunakan AI.	Bisa membuat produk infografis untuk pengumuman dan ucapan ke masyarakat dan membuat logo dengan aplikasi ChatGPT.
3	***AW_9 I can identify the AI technology employed in the applications and products I use.***	Mengenali bahwa di WhatsApp dan di Google ada AI.	Benar, dari tulisan AI yang muncul di WhatsApp dan di Google tetapi tidak pernah digunakan.	Benar, dari tulisan AI yang muncul di WhatsApp dan di Google tetapi tidak pernah digunakan untuk desain grafis.
***Usage* (Penggunaan)**				
4	***US_1 I can skilfully use AI applications or products to help me with my daily work.***	AI bisa digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan.	Belum pernah menggunakan AI.	Benar, untuk membuat produk desain grafis seperti logo, kartu ucapan, dan infografis pengumuman untuk masyarakat.
5	***US_3 It is usually hard for me to learn to use a new AI application or product.***	Tingkat kesulitan mempelajari cara menggunakan AI.	Belum pernah menggunakan AI.	Mudah jika kata kuncinya tepat.
6	***US_5 I can use AI applications or products to improve my work efficiency.***	Aplikasi AI sangat memudahkan untuk pekerjaan.	Belum pernah menggunakan AI.	Sangat membantu karena untuk membuat produk desain grafis dapat dilakukan dalam hitungan menit.
***Evaluation* (Evaluasi)**				
7	***EV_2 I can evaluate the capabilities and limitations of an AI application or product after using it for a while.***	Setelah belajar AI, bisa menilai kemampuan dan keterbatasan dalam menggunakan AI.	Belum pernah menggunakan AI.	Sulit saat merumuskan kata kunci instruksi yang tepat. Namun jika kata kunci sudah spesifik maka AI mudah digunakan, tidak perlu ahli desain grafis tetap bisa membuat logo dan infografis sederhana.
8	***EV_3 I can choose a proper solution from various solutions provided by a smart agent.***	Memilih jawaban/solusi yang paling tepat di antara beberapa pilihan yang diberikan AI.	Belum pernah menggunakan AI.	Hasil yang diberikan AI tetap harus di baca dulu untuk kemudian dipilih yang paling sesuai kebutuhan.
9	***EV_6 I can choose the most appropriate AI application or product from a variety for a particular task.***	Menentukan aplikasi AI yang paling sesuai untuk menyelesaikan tugas tertentu.	Belum pernah menggunakan AI.	Baru satu kali pakai AI saat *treatment* ini, yakni ChatGPT. Aplikasi ini sesuai untuk desain grafis.
Ethics (Etika)				
10	***ET_1 I always comply with ethical principles***	Mematuhi prinsip etika (seperti menjaga	Walau belum pernah menggunakan AI, peserta menyadari bahwa etika	Menggunakan produk teknologi apapun, termasuk AI, jika

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

	when using AI applications or products.	kerahasiaan data warga) saat menggunakan AI.	bermsyarakat tetap harus dipatuhi dalam menggunakan internet.	berkaitan dengan layanan masyarakat maka harus menjaga data privasi warga.
11	***ET_2 I am never alert to privacy and information security issues when using AI applications or products.***	Sadar terhadap isu privasi dan keamanan data warga saat menggunakan AI.	Menggunakan produk teknologi apapun, termasuk AI, jika berkaitan dengan masyarakat maka harus mematuhi prinsip privasi.	Menggunakan produk teknologi apapun, termasuk AI, jika berkaitan dengan masyarakat maka harus mematuhi prinsip privasi.
12	***ET_5 I am always alert to the abuse of AI technology.***	Waspada terhadap kemungkinan penyalahgunaan teknologi AI.	Teknologi apapun seharusnya tidak digunakan untuk tujuan negatif.	Kemudahan yang diberikan AI sangat memungkinkan untuk disalahgunakan, seperti mengedit foto orang lain dan menyebarkan tanpa izin.

4.2 Pembahasan

Peserta mengakui pernah mencoba membuat desain logo menggunakan komputer, namun logo belum selesai dibuat. ChatGPT kemudian dimanfaatkan untuk merevisi desain logo. *Treatment* literasi AI pada penelitian ini tidak saja meningkatkan pemahaman peserta akan tahapan literasi, melainkan juga mampu mengoperasikan AI hingga berhasil dalam menyempurnakan bentuk logo Desa dan membuat infografis (ucapan hari raya dan pengumuman) untuk layanan publik. Hal ini yang menjadi pembeda dengan hasil penelitian Dinata et al. (2025) yang melatih pembuatan ilustrasi oleh guru untuk menunjang pengajaran.

Praktik penggunaan ChatGPT selama treatment berjalan dengan baik, tidak ada hambatan yang berarti. Peserta hanya perlu mencoba beberapa kali modifikasi kata kunci saat menuliskan kalimat instruksi di *prompt*. Peserta juga bisa menambahkan atau menghapus gambar yang dirujukkan AI. Salah satu peserta, bapak H, menyampaikan "ChatGPT sangat mudah digunakan untuk membuat ucapan dan pengumuman. Cukup menuliskan kalimat instruksi pendek, hasilnya tidak saja berupa tulisan, tetapi dilengkapi dengan gambar yang mirip poster". Peserta berinisial H mengatakan "walau belum pernah pakai AI, ternyata ChatGPT mudah digunakan, hanya dalam hitungan menit ucapan dan pengumuman langsung jadi". Hasil dari *treatment* ini AI terbukti sebagai fasilitator peningkatan kreativitas.

Hal ini seperti yang dikatakan Alkhateeb et al. (2026), bahwa AI berperan sebagai kolaborator kreatif, meningkatkan produktivitas, pemberi ide, dan efisiensi desain. Orang yang memanfaatkan perangkat berbasis AI perlu menguasai keterampilan teknis dan pemahaman moral sehingga tidak menyalahi aturan pemanfaatan AI. Integrasi yang seimbang antara kreativitas manusia dan kapabilitas AI dapat meningkatkan daya inovatif dan keberlanjutan bagi sektor desain grafis karena AI bukan sekadar inovasi teknologi, melainkan mitra kreatif yang mampu memperbarui konsep tradisional alur kerja desain.

Awareness (kesadaran) dari peserta sebelum treatment literasi AI adalah mampu mengoperasikan komputer untuk pekerjaan administrasi kantor desa. Peserta juga menggunakan komputer dan smartphone

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

untuk mencari informasi. Aplikasi whatsapp digunakan untuk share ucapan hari raya kepada warga Desa Cintaratu. Kedua perangkat teknologi tersebut belum pernah digunakan untuk mengoperasikan aplikasi AI. Namun demikian, peserta mengenal AI dari tulisan mode AI di Google dan Meta AI di whatsapp. Setelah pelatihan literasi AI, awareness peserta meningkat karena telah mampu menggunakan laptop dan smartphone untuk pengoperasikan aplikasi AI, yakni ChatGPT untuk desain grafis. Lund et al. (2023) menjelaskan bahwa pengguna ChatGPT juga dapat meningkatkan literasi masyarakat.

Tahap *usage* peserta sebelum treatment literasi adalah sama-sama belum pernah menggunakan AI. Setelah pelatihan, keterampilan peserta mampu instalasi dan mengoperasikan ChatGPT untuk desain grafis, mulai dari merumuskan kata kunci, memodifikasi kalimat saat memberi instruksi di *prompt*, hingga berhasil membuat logo dan infografis (ucapan dan pengumuman). Hal ini bermanfaat untuk mempermudah pekerjaan layanan publik, yakni membuat logo (untuk kantor desa dan Usaha Mikro Kecil Menengah), membuat ucapan hari raya, dan pengumuman untuk warga desa. Peserta mengakui pembuatan logo dan infografis terasa sangat mudah ketika menggunakan AI, hanya dalam hitungan detik sampai menit, satu logo dan satu infografis berhasil didesain. Schauer et al. (2025) mengakui peran AI dalam meningkatkan produktivitas pada tugas-tugas pengembangan kreativitas. Meski demikian, perlu diingat bahwa AI juga memiliki dampak terhadap pemikiran menjadi kurang kreatif karena mengandalkan AI), hilangnya pekerjaan tertentu, dan masalah hak cipta.

Peserta belum pernah menggunakan AI sebelum pelatihan. Oleh sebab itu belum pernah melakukan evaluasi pemanfaatan AI. Hasil *evaluation* dari peserta setelah treatment adalah kesadaran perlu memiliki kemampuan merumuskan kata kunci yang spesifik agar instruksi yang akan diketikkan di prompt lebih tepat. Kata kunci yang belum jelas akan menghasilkan desain yang masih bias pula. Setelah beberapa kali mengganti kalimat instruksi, peserta menyatakan telah mendapat hasil desain yang sesuai kebutuhan. Sebagian peserta mencoba edit foto pribadi dengan instruksi mengganti warna baju, mengecilkan berat badan, dan merubah latar belakang. Foto tersebut kemudian digunakan untuk membuat infografis promosi UMKM yang dimiliki. Sebagai peserta lain yang memiliki UMKM dan belum memiliki logo juga mencoba mendesain agar menjadi signature usaha yang sedang dipimpinnya. Pada sesi ini, peserta sendiri yang memiliki ide untuk menggunakan foto pribadi kemudian di edit di AI dan menyadari keputusannya untuk menggunakan foto pribadi.

Peserta telah menguasai *ethics* bahkan sebelum pelatihan literasi AI dilaksanakan. Peserta mengatakan bahwa penggunaan teknologi apapun harus memperhatikan kepentingan orang lain, tidak diperkenankan sebebas-bebasnya mengedit atau menyebarkan data masyarakat. Peserta mengakui sering memanfaatkan media sosial seperti Whatsapp dan Instagram untuk mengirim ucapan selamat hari raya atau pengumuman, namun tidak pernah mengunggah data pribadi warga Desa Cintaratu. Pada pernyataan tersebut terindikasi bahwa peserta sesungguhnya telah mengerti makna literasi digital dan literasi media, yakni tetap memperhatikan hak masyarakat atas aktivitas menggunakan perangkat digital dan bermedia. Privasi orang lain tetap harus dijaga dan tidak diunggah di internet ataupun di media sosial.

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

Literasi media berperan menjadi jembatan atas permasalahan tersebut, untuk meminimalkan dampak negatif pesan media terhadap individu dan masyarakat serta memaksimalkan dampak positifnya (Schreurs & Vandenbosch, 2021). Literasi digital merupakan dasar penggunaan media sosial secara bijak, tidak disalahgunakan hanya demi kepentingan pribadi (Manuella & Perdani, 2023). Literasi digital tidak saja mencari informasi, namun juga harus mampu mengevaluasi informasi yang benar dari berbagai sumber, memahami hak privasi, dan mencegah terjadinya perilaku *cyberbullying* di dunia maya (Yolanda & Pramudyo, 2024).

Kecerdasan buatan generatif (GenAI) telah beralih dari sekadar teknologi pembuatan gambar yang bersifat opsional menjadi komponen dalam pembelajaran desain grafis. Pemanfaatan AI untuk desain grafis harus mematuhi hukum privasi, hak cipta, dan kekayaan intelektual, dan keterbukaan akses (Nasir *et al.*, 2026). Devrim-Eserol (2025) menyatakan bahwa literasi media baru bersifat lebih spesifik dan berorientasi pada teknologi digital diawali dengan era Web 2.0, di mana pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen konten yang dapat mengunggah dan membagikan konten di *website*. Era selanjutnya, media sosial menuntut literasi berupa keterampilan dalam memproduksi, menggunakan, dan membagikan konten di beragam *platform*.

Ethics peserta setelah pelatihan bertambah. Peserta menyadari penggunaan AI untuk edit gambar atau foto yang terasa sangat mudah justru berpotensi menimbulkan penyalahgunaan, meski awalnya karena iseng (tidak berniat jahat). Hasil iseng jika diunggah di internet atau media sosial maka ini sudah disebut penyalahgunaan teknologi karena sudah termasuk melanggar privasi. Menurut Teo & Chew (2026), literasi AI bersifat multidimensi, mencakup kompetensi teknis, penalaran etis, evaluasi kritis, penerapan kreatif, dan pembelajaran adaptif. Penguatan literasi AI sangat penting untuk memberdayakan masyarakat agar dapat memanfaatkan *intelligent systems* secara bertanggung jawab.

5. Kesimpulan

Peserta eksperimen literasi AI berhasil menguasai seluruh tahapan *Four-construct Model*. Sebelum pelatihan, tahap *awareness* masih berupa pemanfaatan laptop dan komputer sebagai mesin ketik untuk mengerjakan tugas administrasi, mencari informasi dan *share* konten di media sosial. Setelah pelatihan, *awareness* berupa pemanfaatan ketiga perangkat tersebut untuk untuk instalasi aplikasi AI seperti ChatGPT kemudian dapat dimanfaatkan untuk membuat aneka desain grafis. Tahap *usage* dan *evaluation* sebelum pelatihan literasi AI belum pernah dilakukan oleh peserta karena saat *treatment* ini adalah pengalaman pertama menggunakan aplikasi AI. Setelah pelatihan, *usage* berupa instalasi ChatGPT, login, kemudian mencoba menuliskan instruksi di kolom *prompt*. Peserta menyadari jika hasil gambar yang ditampilkan masih belum sesuai harapan, maka berarti ada yang salah dengan pemilihan kata kunci saat instruksi. Kalimat yang spesifik akan menghasilkan desain grafis yang lebih spesifik dan dalam waktu yang lebih cepat.

Sebelum pelatihan peserta tidak pernah menggunakan AI oleh sebab itu belum pernah melakukan *evaluation* pemanfaatan AI. Peserta melakukan *evaluation* setelah *treatment* literasi AI dengan cara

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

memeriksa kembali hasil gambar yang diberikan ChatGPT. Peserta masih meyakini bahwa sifat "menghasilkan dengan serba instan" yang dibawa oleh teknologi tetap bukanlah segalanya dan bukanlah yang terbaik. Manusia sebagai pengguna adalah *filter* terbaik untuk memeriksanya, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan atau belum. Peserta melakukan *ethic* dengan memahami peredaran informasi di dunia maya yang begitu masif sehingga menyadari pentingnya batas sikap dalam bermedia. Kesadaran ini semakin meningkat setelah peserta menggunakan AI untuk infografis. Peserta mengakui tetap harus mengutamakan privasi data,. Hal ini harus dipatuhi oleh siapapun pembuat konten, terutama orang-orang yang bekerja di sektor publik. ChatGPT atau aplikasi AI lainnya tetap tidak diperkenankan digunakan untuk melanggar batas etika dalam menggunakan teknologi digital.

Penelitian ini berupa pemberian *treatment* literasi AI menggunakan eksperimen kualitatif dengan hasil seluruh peserta mampu mengikuti empat tahapan *Four-construct Model*. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya atau penelitian sejenis menggunakan eksperimen kuantitatif guna mengukur tingkat kemampuan literasi AI.

6. Daftar Pustaka

Alkhateeb, S. S., Almomani, I. G., Altaweel, E. M., Aloqaily, A., & Alhaija, S. S. A. (2026). Artificial intelligence and graphic design: Transformations, challenges, and future job trends. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 1990–1996. https://doi.org/10.64753/jcasc.v11i1.4219

Collard, A. S., Smedt, D. T., Dufrasne, M., Fastrez, P., Ligurgo, V., Patriarche, G., & Philippette, T. (2017). Digital media literacy in the workplace: A model combining compliance and inventivity. *Italian Journal of Sociology of Education, 9*(1), 122–154. https://doi.org/10.14658/pupj-ijse-2017-1-7

Devrim-Eserol, N. (2025). From media literacy to new media literacy: Adapting to the changing conditions. *Journal of Computer and Education Research, 13*(26), 727–742. https://doi.org/10.18009/jcer.1624490

Dinata, F. R., Qomarudin, M., Assagaf, L., & Maharani, D. S. (2025). Pemanfaatan artificial intelligence (AI) dalam meningkatkan kreativitas guru RA Raudhotu Tolibin Pisang Indah pada perencanaan pembelajaran. *El-Mumtaz: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, 1*(1), 30–35. https://ejournal.stit-alhikmahwk.ac.id/index.php/elmumtaz/article/view/23

Finidori, H., & Tuddenham, P. (2017). Pattern literacy in support of systems literacy—An approach from a pattern language perspective. *Proceedings of the 24th Conference on Pattern Languages of Programs (PLoP 2017)*. The Hillside Group.

Frankel, K. K., Becker, B. L. C., Rowe, M. W., & Pearson, P. D. (2017). From "What is reading?" to what is literacy? *Journal of Education, 196*(3), 1–17. https://doi.org/10.1177/002205741619600303

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

Gürel, E., Taşkıran, İ. B., & Karakuyu, E. (2025). The role of public service announcements in creating media literacy. *AGATHOS: An International Review of the Humanities and Social Sciences, 16*(2), 470–483. https://doi.org/10.5281/zenodo.17489629

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so, when? *World Bank Economic Review, 31*(3), 611–630. https://doi.org/10.1093/wber/lhx018

Karsenti, T., Poellhuber, B., Parent, S., & Michelot, F. (2020). What is the digital competency framework? *Revue Internationale des Technologies en Pédagogie Universitaire, 17*(1), 11–14. https://doi.org/10.18162/ritpu-2020-v17n1-04

Li, L., Mohammad Razi, S. A. H., & Yaakup, H. S. (2023). An overview of cultural and media literacy theory. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13*(12), 875–886. https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i12/19896

Lopes, A. S., Sargento, A., & Farto, J. (2023). Training in digital skills—The perspective of workers in public sector. *Sustainability, 15*(13), 18. https://doi.org/10.3390/su151310577

Lukianenko, I., Nych, T., Hrebonozhko, Y., Sikalo, M., & Trebyk, L. (2026). The role of digital literacy in strengthening civil servants' competencies and public governance outcomes. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 31*(6). https://doi.org/10.5281/zenodo.19365432

Lund, B. D., Agbaji, D. A., & Teel, Z. A. (2023). *Information literacy, data literacy, privacy literacy, and ChatGPT: Technology literacies align with perspectives on emerging technology adoption within communities*. https://doi.org/10.2139/ssrn.4324580

Manuella, S., & Perdani, N. (2023). Pengaruh tingkat literasi digital terhadap etika penggunaan media sosial Instagram pada siswa-siswi SMA Negeri 2 Pekanbaru. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 7*(2), 263–274. https://doi.org/10.2139/ssrn.4324580

Muji, S., Svensson, E., & Faraon, M. (2023). Engaging with artificial intelligence in graphic design education. *5th International Workshop on Artificial Intelligence and Education (WAIE)*. IEEE. https://doi.org/10.1109/WAIE60568.2023.00013

Nasir, M. N. F., Nasir, N. F., Nasir, M. F., & Nasir, M. A. (2026). Generative artificial intelligence in graphic design higher education: A comparative integrative review of Western and Asian evidence and the CACG framework. *International Journal of Research and Innovation in Social Science, 10*(7). https://doi.org/10.47772/IJRISS

Potter, W. J. (2022). Analysis of definitions of media literacy. *Journal of Media Literacy Education, 14*(2), 27–43. https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-2-3

Schauer, S., Simbeck, K., & Pinkwart, N. (2025). AI literacy and attitudes towards AI in design education: A comparative study of communication and architectural design students. *Proceedings of the 17th International Conference on Computer Supported Education (CSEDU 2025)* (pp. 464–471). SciTePress. https://doi.org/10.5220/0013338100003932

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online

Schreurs, L., & Vandenbosch, L. (2021). Introducing the social media literacy (SMILE) model with the case of the positivity bias on social media. *Journal of Children and Media, 15*(3), 320–337. https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1809481

Steils, N. (2021). Qualitative experiments for social sciences. *New Trends in Qualitative Research, 6*, 24–31. https://doi.org/10.36367/ntqr.6.2021.24-31

Teo, T. H., & Chew, D. (2026). Artificial intelligence literacy in design intelligence: A review. *Design+*, *3*(1), 17. https://doi.org/10.36922/dp025520053

Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2022). Measuring user competence in using artificial intelligence: Validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour and Information Technology, 42*(9), 1324–1337. https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2072768

Wang, B., Rau, P. L. P., & Yuan, T. (2023). Measuring user competence in using artificial intelligence: Validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour and Information Technology, 42*(9), 1324–1337. https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2072768

Wood, C., Clark, C., Teravainen-Goff, A., Rudkin, G., & Vardy, E. (2020). Exploring the literacy-related behaviors and feelings of pupils eligible for free school meals in relation to their use of and access to school libraries. *School Library Research, 23*, 2165–1019. www.ala.org/aasl/slr

Yolanda, A., & Pramudyo, G. N. (2024). Literasi digital sebagai sarana mencegah perilaku cyberbullying pada remaja Kota Tangerang di media sosial Instagram. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi, 8*(1), 161–172. https://doi.org/10.14710/anuva.8.1.161-172

Zaitseva, I. A., Krikunov, A., & Tolochko, A. V. (2020). The use of public service advertising for solving social problems. *REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas, 8*(15), 177–195. https://doi.org/10.5377/reice.v8i15.9952

Copyright ©2026, ISSN: 2598-3040 online