



Literasi Media Digital Berbasis Praktik: Refleksi Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sehat di SMK Manggala Tangerang

Adhvidya¹, Rifky Maulana²

¹⁻² Universitas Pamulang, Indonesia

Email : dosen03066@unpam.ac.id, dosen02913@unpam.ac.id

Jl. Raya Puspitek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310

*Penulis Korespondensi

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: Agustus 06, 2025;

Revisi: Agustus 29, 2025;

Diterima: September 09, 2025;

Terbit: September 11, 2025

Keywords: Digital identity; Digital Media Literacy; Healthy Social Media Engagement; Social Media Use; Vocational Students' Social Media Practices.

Abstract: This community engagement program, conducted by lecturers from Universitas Pamulang, aimed to enhance digital media literacy among students at SMK Manggala Tangerang in response to the growing challenges of social media consumption and content creation in the digital age. Recognizing the high usage of social platforms among youth—often without adequate literacy or ethical awareness—the program employed a participatory, practice-based, and reflective approach. Training materials covered essential topics such as identifying hoaxes, protecting digital privacy, developing personal branding, and understanding online communication ethics. The methods applied included interactive lectures, group discussions, and hands-on exercises that encouraged active participation and critical reflection. The evaluation process involved observation, questionnaires, and interviews, which revealed significant improvements in students' understanding of media literacy principles and a shift toward more critical and responsible digital behavior. Students reported increased confidence in filtering online information, managing their digital identities, and engaging more ethically on social media platforms. Furthermore, the program fostered a sense of awareness regarding the broader societal impact of digital communication, particularly in preventing misinformation and promoting constructive online interactions. Overall, the results demonstrate that practical, reflective training can effectively bridge the gap between theoretical knowledge and students' lived digital experiences, fostering both ethical and critical digital character. These findings highlight the importance of integrating media literacy into school curricula as part of character education, especially to address the specific needs and challenges faced by Generation Z in navigating the complexities of the digital era.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen Universitas Pamulang ini bertujuan untuk meningkatkan literasi media digital pada siswa SMK Manggala Tangerang sebagai respons terhadap tantangan konsumsi media sosial dan produksi konten di era digital. Tingginya penggunaan platform sosial oleh kalangan remaja—yang seringkali tidak dibarengi dengan literasi maupun kesadaran etis—menjadi latar belakang penting pelaksanaan kegiatan ini. Program menggunakan pendekatan partisipatif, berbasis praktik, dan reflektif. Materi pelatihan mencakup topik penting seperti cara mengenali hoaks, melindungi privasi digital, mengembangkan personal branding, serta memahami etika komunikasi daring. Metode yang diterapkan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan latihan langsung yang mendorong partisipasi aktif dan refleksi kritis. Proses evaluasi dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa mengenai prinsip literasi media serta perubahan perilaku digital yang lebih kritis dan bertanggung jawab. Siswa melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam menyaring informasi online, mengelola identitas digital, dan berinteraksi secara lebih etis di platform media sosial. Selain itu, program ini menumbuhkan kesadaran akan dampak sosial yang lebih luas dari komunikasi digital, terutama dalam mencegah penyebaran misinformasi dan mendorong interaksi daring yang konstruktif. Secara keseluruhan,

hasil kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan praktis dan reflektif dapat menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoretis dengan pengalaman digital siswa, sekaligus membentuk karakter digital yang kritis dan etis. Temuan ini menekankan pentingnya integrasi literasi media dalam kurikulum sekolah sebagai bagian dari pendidikan karakter, khususnya untuk menjawab kebutuhan Generasi Z di era digital.

Kata Kunci: Identitas digital; Literasi Media Digital; Penggunaan Media Sosial; Penggunaan Sosial Media Siswa SMK; Sehat Bersosial Media;

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah secara drastis cara remaja berinteraksi, belajar, dan membentuk identitas sosial. Media sosial, sebagai produk utama dari era digital, kini menjadi ruang dominan bagi siswa untuk mengekspresikan diri, mencari hiburan, dan mengakses informasi. Di Indonesia, fenomena ini tercermin dari data Badan Pusat Statistik (BPS) yang mencatat bahwa pada Maret 2023, sebanyak 94,16% anak muda usia 16–30 tahun pernah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir. Dari jumlah tersebut, 84,37% menggunakan internet untuk media sosial, 84,28% untuk berita, dan 83,78% untuk hiburan.

Lebih lanjut, survei Neurosensum tahun 2021 menunjukkan bahwa 87% anak Indonesia telah diperkenalkan dengan media sosial sebelum usia 13 tahun, bahkan 54% dari mereka mengenalnya sebelum usia 6 tahun. Rata-rata anak Indonesia mulai mengenal media sosial sejak usia 7 tahun, terutama dari rumah tangga berpenghasilan rendah. Fenomena ini menunjukkan bahwa akses terhadap media digital terjadi sangat dini, sering kali tanpa pendampingan literasi yang memadai.

Di tahun 2024, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa, dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi. Mayoritas pengguna berasal dari generasi Z (34,40%) dan milenial (30,62%), dengan dominasi penggunaan di wilayah urban. Gen Z, khususnya, menghabiskan rata-rata 6,6 jam per hari di media sosial, dan 11% dari mereka bahkan mencapai 15 jam per hari. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi favorit, dengan preferensi terhadap konten berformat pendek yang instan dan menghibur.

Namun, di balik intensitas penggunaan tersebut, terdapat tantangan serius yang perlu segera diintervensi. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan guru di SMK Manggala Tangerang, ditemukan bahwa banyak siswa menggunakan media sosial bahkan saat proses pembelajaran berlangsung. Aktivitas ini tidak hanya mengganggu konsentrasi belajar, tetapi juga memperkuat pola konsumsi digital yang tidak sehat. Siswa cenderung mengakses konten hiburan tanpa nilai edukatif, menyebarkan informasi tanpa verifikasi, dan belum memiliki kesadaran terhadap etika bermedia sosial.

Lebih jauh, dampak negatif dari penggunaan media sosial yang tidak terkontrol mulai terasa. Cyberbullying, body shaming, dan perilaku agresif menjadi ancaman nyata bagi kesehatan mental dan emosional siswa. Penelitian LIPI tahun 2023 menunjukkan bahwa 40% remaja Indonesia pernah mengalami cyberbullying, dengan dampak psikologis yang mencakup kecemasan, depresi, dan isolasi sosial. Di sisi lain, standar kecantikan yang tidak realistis di media sosial mendorong praktik body shaming yang merusak citra diri remaja. Perilaku agresif yang ditampilkan dalam konten viral juga berpotensi ditiru, memperbesar risiko kekerasan di dunia nyata.

Dalam konteks pendidikan vokasional, tantangan ini menjadi semakin kompleks. Siswa SMK, khususnya kelas XII yang akan segera memasuki dunia kerja, membutuhkan keterampilan komunikasi digital yang sehat dan produktif. Namun, hasil survei awal menunjukkan bahwa mereka belum memiliki bekal literasi media yang memadai. Mereka belum memahami konsep personal branding yang esensial dalam membangun reputasi profesional di era digital. Bahkan, banyak dari mereka yang menyamakan personal branding dengan flexing—pamer kekayaan atau gaya hidup mewah—tanpa memahami nilai substansial di balik citra diri yang positif.

Melihat kompleksitas masalah ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari Universitas Pamulang merancang program sosialisasi dan pelatihan literasi media sosial yang sehat bagi siswa SMK Manggala Tangerang. Rancangan sosialisasi ini dilakukan demi meningkatkan kesadaran dan keterampilan siswa dalam mengonsumsi dan menciptakan konten media sosial secara bijak, bertanggung jawab, dan reflektif. Materi pelatihan mencakup teknik mengenali hoaks, menjaga privasi digital, membangun personal branding, serta memahami etika komunikasi di ruang maya.

Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan interaktif, melalui simulasi, diskusi kelompok, dan studi kasus. Siswa dilibatkan secara aktif dalam proses pembelajaran, sehingga mereka tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan prinsip-prinsip literasi media dalam kehidupan sehari-hari. Evaluasi melalui kuesioner dan observasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman siswa terhadap literasi media digital, serta perubahan sikap yang lebih kritis dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membekali siswa SMK Manggala Tangerang dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya literasi media digital sebagai bekal menghadapi tantangan dunia kerja di era komunikasi digital. Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan interaktif, dan simulasi pembuatan konten, program

ini diharapkan mampu membentuk karakter siswa yang cerdas secara digital, etis dalam berkomunikasi, dan reflektif dalam mengelola jejak daring mereka. Dengan demikian, media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai ruang hiburan, melainkan sebagai alat strategis untuk membangun reputasi profesional, menyampaikan gagasan secara bertanggung jawab, dan berkontribusi positif dalam masyarakat digital yang semakin kompleks.

2. KAJIAN TEORETIS

Kajian teoretis dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berangkat dari pemahaman bahwa literasi media digital bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan sebuah proses pembentukan karakter dan kesadaran sosial yang kompleks. Dalam konteks pendidikan vokasional seperti SMK, di mana siswa dipersiapkan untuk langsung terjun ke dunia kerja, kemampuan mengelola media sosial secara bijak menjadi bagian integral dari kompetensi profesional yang harus dimiliki. Sosialisasi dan pelatihan menjadi dua pendekatan utama yang digunakan dalam program ini untuk membentuk pemahaman dan keterampilan tersebut.

Sosialisasi, sebagaimana dijelaskan oleh Berger dan Luckmann (1966), merupakan proses aktif di mana individu tidak hanya menerima nilai-nilai sosial, tetapi juga turut membentuk realitas sosial melalui interaksi. Koentjaraningrat (2002) menekankan bahwa sosialisasi adalah sarana utama pewarisan budaya dan norma sosial, sementara Soekanto (2006) melihatnya sebagai proses pembelajaran peran sosial melalui agen-agen seperti keluarga, sekolah, dan media. Dalam konteks ini, media sosial telah menjadi agen sosialisasi baru yang sangat berpengaruh, terutama bagi generasi muda. Namun, pengaruh tersebut tidak selalu positif. Ketidaktahuan terhadap norma digital, etika komunikasi, dan dampak dari jejak digital sering kali menjerumuskan siswa ke dalam perilaku daring yang tidak sehat.

Pelatihan, di sisi lain, berfungsi sebagai sarana pengembangan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Gomes (2003) dan Armstrong (2009) menyebut pelatihan sebagai proses formal yang bertujuan meningkatkan kemampuan kerja dan kompetensi teknis. Dalam kegiatan ini, pelatihan literasi media dirancang untuk membekali siswa dengan kemampuan menyaring informasi, mengenali hoaks, menciptakan konten positif, serta membangun personal branding yang sehat. Pelatihan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga reflektif, karena siswa diajak untuk memahami dampak sosial dan psikologis dari aktivitas mereka di media digital.

Kebutuhan akan literasi media semakin mendesak di tengah budaya konsumsi informasi yang serba cepat dan instan. McQuail (1991) mengidentifikasi empat motif utama penggunaan media: informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan. Generasi Z, yang menjadi

kelompok sasaran dalam kegiatan ini, menunjukkan kecenderungan tinggi terhadap konsumsi konten visual pendek seperti TikTok dan Instagram Reels. Fenomena ini berdampak pada penurunan daya fokus, meningkatnya risiko penyebaran informasi palsu, dan melemahnya kemampuan berpikir kritis. Oleh karena itu, literasi media harus dipahami sebagai kemampuan multidimensi yang mencakup akses, evaluasi, produksi, dan distribusi informasi secara etis dan bertanggung jawab.

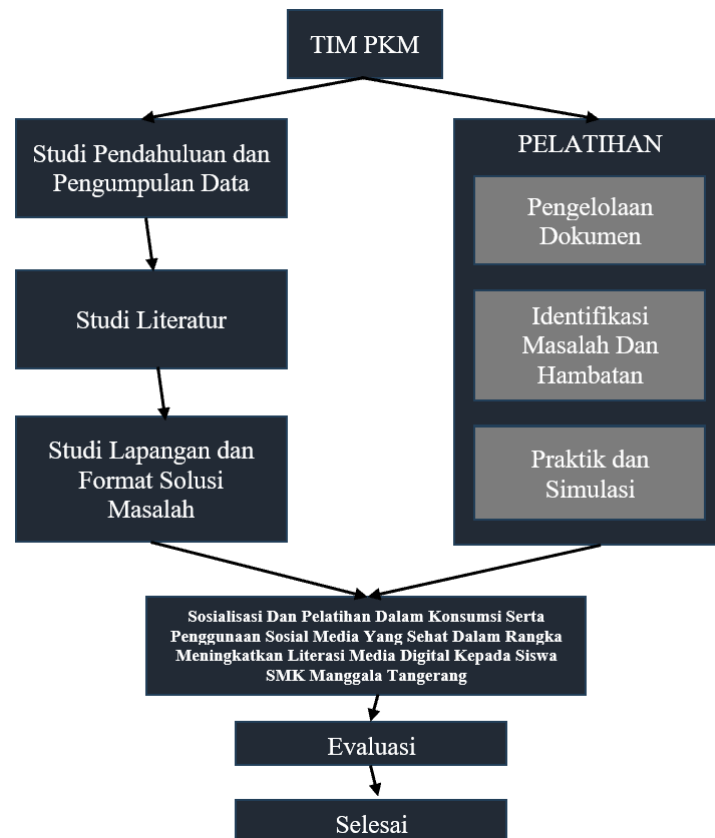
UNESCO (2013) mendefinisikan literasi media sebagai kumpulan kompetensi yang memungkinkan individu untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan sosial, profesional, dan personal melalui pemanfaatan informasi secara kritis. Teori *Uses and Gratifications* oleh Blumer dan Katz (1974) menegaskan bahwa individu memiliki peran aktif dalam memilih media sesuai kebutuhannya, sementara teori *Kultivasi* oleh Gerbner menunjukkan bahwa media memiliki kekuatan membentuk persepsi realitas. Dalam konteks pendidikan, literasi media menjadi alat untuk membangun kesadaran, mengembangkan keterampilan analitis, dan membentuk sikap reflektif terhadap konten digital.

Siswa SMK, sebagai bagian dari pendidikan vokasional, berada pada fase akhir masa remaja yang krusial dalam pembentukan identitas profesional. Erikson (dalam Santrock, 2012) menyebut fase ini sebagai masa pencarian jati diri, di mana media sosial sering kali menjadi cermin dan panggung bagi ekspresi diri. Namun, tanpa bimbingan yang tepat, media sosial justru dapat menjadi ruang yang memperkuat stigma, memperbesar tekanan sosial, dan mengaburkan batas antara personal branding dan flexing. Penelitian oleh Vitelar (2013) dan berbagai studi lanjutan menunjukkan bahwa banyak siswa keliru memahami personal branding sebagai ajang pamer, bukan sebagai strategi komunikasi profesional.

Program pengabdian ini dirancang sebagai intervensi strategis untuk membekali siswa dengan keterampilan dan kesadaran tersebut, agar mereka mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat pengembangan diri, bukan sebagai ruang yang memperlemah karakter dan kompetensi mereka. Berangkat dari kerangka tersebut, hipotesis yang mendasari pelaksanaan kegiatan ini adalah: “Jika siswa SMK diberikan pelatihan literasi media sosial yang terstruktur dan kontekstual, maka mereka akan menunjukkan peningkatan dalam kemampuan memilah informasi, menciptakan konten yang bertanggung jawab, serta membangun personal branding yang positif di ruang digital.” Hipotesis ini tidak hanya mengarah pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada transformasi sikap dan kesadaran etis dalam berinteraksi di media sosial. Dengan kata lain, pelatihan literasi media digital diyakini mampu menjadi katalis dalam membentuk karakter digital yang reflektif, komunikatif, dan berdaya saing.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan berbasis pengalaman langsung, guna menjawab kebutuhan literasi media sosial di kalangan siswa SMK Manggala Tangerang. Metode yang digunakan menggabungkan ceramah, diskusi interaktif, simulasi praktik, dan evaluasi berbasis umpan balik, dengan tujuan membekali siswa keterampilan kritis dalam mengonsumsi dan menciptakan konten digital secara sehat dan bertanggung jawab.



Bagan 1: Visualisasi Alur Pelaksanaan.

Sebelum pelaksanaan, tim pengabdian melakukan observasi awal dan koordinasi intensif dengan pihak sekolah, termasuk kepala sekolah dan guru pendamping. Langkah ini bertujuan untuk memahami pola konsumsi media sosial siswa serta mengidentifikasi tantangan utama yang mereka hadapi. Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa kelas XII merupakan kelompok yang paling membutuhkan intervensi literasi media, mengingat mereka berada di ambang transisi menuju dunia kerja atau pendidikan tinggi.

Pelatihan dilaksanakan selama tiga hari, dengan sesi yang dimulai dari pengenalan konsep literasi media sosial, dilanjutkan dengan praktik langsung dalam membuat konten positif, mengenali hoaks, dan membangun personal branding digital. Materi disampaikan melalui

media visual seperti slide presentasi dan video studi kasus, serta modul cetak yang dirancang untuk mendukung pembelajaran berkelanjutan.

Salah satu kekuatan metode ini terletak pada penggunaan simulasi dan role-play. Siswa dibagi ke dalam kelompok kecil dan diminta merancang konten media sosial berdasarkan tema edukatif yang telah ditentukan. Mereka kemudian mempresentasikan hasilnya dan menerima umpan balik dari tim pengabdi, yang mencakup aspek etika, efektivitas pesan, dan kreativitas. Aktivitas ini tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri siswa dalam berkomunikasi di ruang digital.

Selain itu, sesi diskusi terbuka menjadi ruang reflektif bagi siswa untuk berbagi pengalaman dan tantangan mereka dalam menggunakan media sosial. Tim pengabdi memfasilitasi dialog yang mendorong pemikiran kritis, sekaligus memberikan tips praktis dalam menjaga privasi digital, menyikapi komentar negatif, dan mengelola waktu online secara sehat.

Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap dan menyeluruh, dimulai sejak tahap awal observasi hingga sesi akhir pelatihan. Pada fase awal, tim PKM melakukan identifikasi pola konsumsi media sosial siswa melalui survei pendahuluan dan diskusi dengan guru pendamping. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar siswa aktif menggunakan media sosial, namun belum memiliki keterampilan literasi digital yang memadai—terutama dalam menyaring informasi, memahami etika komunikasi daring, dan membangun citra diri secara positif.

Berdasarkan temuan tersebut, tim PKM merancang instrumen evaluasi yang terdiri dari kuesioner dan panduan wawancara singkat. Kuesioner disusun untuk mengukur pemahaman siswa terhadap prinsip-prinsip literasi media sebelum dan sesudah pelatihan, mencakup aspek kemampuan mengenali hoaks, menjaga privasi digital, serta menyikapi konten negatif secara kritis. Sementara itu, wawancara digunakan untuk menggali respons reflektif siswa terhadap materi yang telah diberikan, termasuk perubahan sikap dan kebiasaan mereka dalam menggunakan media sosial.

Selama pelatihan berlangsung, tim pengabdi juga melakukan observasi langsung terhadap dinamika kelompok dan partisipasi siswa dalam simulasi pembuatan konten. Dari interaksi tersebut, terlihat adanya peningkatan kemampuan kolektif siswa dalam menyusun pesan yang edukatif, memilih bahasa yang sopan, dan mempertimbangkan dampak dari konten yang mereka buat. Beberapa siswa bahkan menunjukkan inisiatif untuk mengaitkan materi pelatihan dengan pengalaman pribadi mereka di media sosial, yang menjadi indikator awal keberhasilan internalisasi nilai-nilai literasi media.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan literasi media sosial kepada siswa SMK Manggala Tangerang menunjukkan hasil yang signifikan dalam membentuk pemahaman dan sikap digital yang lebih sehat. Sejak awal, kegiatan ini dirancang dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik, sebagaimana disarankan oleh Armstrong (2009) bahwa pelatihan yang efektif harus bersifat formal, terstruktur, dan relevan dengan kebutuhan peserta. Dalam konteks ini, siswa tidak hanya menerima materi secara pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam simulasi, diskusi, dan refleksi yang memungkinkan mereka menginternalisasi nilai-nilai literasi media secara lebih mendalam.

Salah satu capaian utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan siswa dalam mengenali konten hoaks dan memahami etika bermedia sosial. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa menunjukkan pola konsumsi media yang impulsif dan tidak selektif, sebagaimana digambarkan dalam studi McQuail (1991) tentang motif hiburan dan pelarian yang sering mendominasi perilaku media remaja. Namun, setelah mengikuti pelatihan, siswa mulai menunjukkan kemampuan untuk memilah informasi, mempertanyakan validitas sumber, dan menyadari dampak dari penyebaran konten yang tidak terverifikasi. Hal ini sejalan dengan definisi literasi media menurut UNESCO (2013), yang menekankan pentingnya kompetensi dalam mengakses, mengevaluasi, dan memproduksi informasi secara kritis dan etis.

Perubahan sikap siswa juga tercermin dari interaksi mereka selama sesi diskusi dan praktik. Dalam simulasi pembuatan konten, siswa mampu merancang pesan yang edukatif dan relevan dengan nilai-nilai positif, seperti promosi karya, edukasi kesehatan, dan kampanye anti-hoaks. Beberapa kelompok bahkan menunjukkan kreativitas tinggi dalam mengemas pesan melalui format visual dan narasi yang menarik. Temuan ini menguatkan pandangan Potter (2005) bahwa literasi media bukan hanya soal memahami isi pesan, tetapi juga tentang kemampuan untuk memproduksi dan mengkomunikasikan pesan secara bertanggung jawab.

Keterlibatan guru dalam kegiatan ini turut memperkuat dampak pelatihan. Sebagaimana diuraikan oleh Yuniarsih dan Santosa (2024), guru memiliki peran sebagai edukator dan mediator dalam menanamkan karakter positif bermedia sosial. Dalam pelaksanaan kegiatan, guru tidak hanya mendampingi siswa, tetapi juga aktif memberikan umpan balik dan refleksi terhadap perilaku digital siswa. Beberapa guru menyatakan bahwa materi pelatihan sangat relevan untuk diintegrasikan ke dalam kurikulum atau kegiatan ekstrakurikuler, terutama dalam mata pelajaran yang berkaitan dengan komunikasi, kewarganegaraan, dan teknologi informasi.

Namun demikian, pelaksanaan kegiatan juga menghadapi sejumlah tantangan. Beberapa siswa masih menunjukkan kesulitan dalam membedakan opini dengan fakta, serta dalam menyusun konten yang benar-benar bebas dari bias atau asumsi pribadi. Keterbatasan waktu pelatihan juga menjadi kendala dalam membahas materi secara lebih mendalam, terutama terkait strategi personal branding dan manajemen reputasi digital. Meski begitu, hasil evaluasi melalui kuesioner dan wawancara menunjukkan bahwa mayoritas siswa mengalami peningkatan pemahaman dan kesadaran digital yang signifikan, terutama dalam hal kehati-hatian menyebarkan informasi dan menjaga citra diri di media sosial. Maka secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan yang berbasis praktik dan refleksi mampu mendorong transformasi sikap digital siswa. Literasi media tidak hanya menjadi alat untuk memahami konten, tetapi juga menjadi fondasi dalam membentuk karakter digital yang kritis, etis, dan produktif. Dalam lanskap media sosial yang semakin kompleks dan cepat berubah, kemampuan ini menjadi bekal penting bagi generasi muda untuk berpartisipasi secara sehat dan bertanggung jawab di ruang digital.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian ini berhasil membangun kesadaran literasi media digital di kalangan siswa SMK Manggala Tangerang, khususnya dalam menghadapi tantangan konsumsi dan produksi konten di era media sosial yang serba cepat dan terbuka. Melalui pendekatan partisipatif, berbasis praktik langsung, dan dialog reflektif, kegiatan ini mampu menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoritis tentang media dengan pengalaman nyata siswa sebagai pengguna aktif platform digital.

Keberhasilan program ini tidak hanya terletak pada peningkatan pemahaman siswa terhadap prinsip-prinsip literasi media, tetapi juga pada munculnya perubahan sikap yang lebih kritis, etis, dan bertanggung jawab dalam berinteraksi di ruang digital. Siswa mulai menunjukkan kemampuan untuk memilah informasi, menyusun konten yang bernilai positif, serta memahami konsekuensi dari jejak digital yang mereka tinggalkan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi media bukan sekadar kemampuan teknis, melainkan proses pembentukan karakter digital yang membutuhkan pendampingan pedagogis yang kontekstual dan berkelanjutan.

Kegiatan ini juga memperlihatkan pentingnya kolaborasi antara tim pengabdian, guru, dan institusi pendidikan dalam menciptakan ekosistem pembelajaran yang adaptif terhadap dinamika media. Peran guru sebagai fasilitator nilai digital terbukti krusial dalam memperkuat dampak pelatihan, sekaligus membuka peluang integrasi literasi media ke dalam kurikulum

sekolah. Dengan dukungan institusional yang tepat, literasi media dapat menjadi bagian dari pendidikan karakter yang relevan dengan kebutuhan generasi Z.

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, disarankan agar sekolah mengembangkan program literasi media secara berkelanjutan, baik melalui pelatihan lanjutan maupun integrasi ke dalam kegiatan ekstrakurikuler. Materi seperti strategi personal branding, keamanan digital lanjutan, dan teknik produksi konten kreatif dapat menjadi fokus pengembangan berikutnya. Selain itu, penting bagi sekolah untuk membangun platform internal yang memungkinkan siswa mempublikasikan karya digital mereka sebagai bentuk latihan dan apresiasi. Pendampingan guru juga perlu diperkuat agar nilai-nilai etika digital dapat tertanam dalam proses pembelajaran harian. Terakhir, edukasi mengenai manajemen waktu digital dan dampak psikososial dari konsumsi media yang berlebihan perlu menjadi bagian dari pendidikan karakter, agar siswa mampu menjaga keseimbangan antara dunia digital dan kehidupan nyata secara sehat dan produktif.

DAFTAR REFERENSI

- Armstrong, M. (2009). *Armstrong's handbook of human resource management practice* (11th ed.). Kogan Page Limited.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik pemuda Indonesia*. BPS.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Citraresmana, E., Mahmud, E. Z., Febriani, R., & Rusyan, S. (2020). Edukasi penggunaan media sosial bagi siswa jenjang sekolah menengah atas di Cirebon. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 9(3), 204–210. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i3.21187>
- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson Education.
- Fisher, J. H. N., Caldwell, J., Price, B., & Price, E. (2016). *Technology addiction: Concern, controversy, and finding balance*. Common Sense Media Inc.
- Gomes, F. C. (2003). *Manajemen sumberdaya manusia*. Penerbit Andi.
- Goodstats.id. (2024a). Bagaimana perilaku masyarakat dalam konsumsi konten video di media sosial 2024. <https://goodstats.id/article/bagaimana-perilaku-masyarakat-dalam-konsumsi-konten-video-di-media-sosial-2024-tulAZ>
- Goodstats.id. (2024b). Gen Z paling rajin konsumsi media, daya fokus paling rendah. https://goodstats.id/article/gen-z-paling-rajin-konsumsi-media-daya-fokus-paling-rendah-yHpHz#google_vignette

- Horton, P. B., & Hunt, C. L. (1999). *Sociology*. McGraw-Hill.
- Karisma, N., Rofiah, A., Afifah, S. N., & Mariani, Y. (2024). Kesehatan mental remaja dan tren bunuh diri: Peran masyarakat mengatasi kasus bullying di Indonesia. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(03), 560–567. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3439>
- Kirsch, I. S., & Jungeblut, A. (1986). *Literacy: Profiles of America's young adults*. National Assessment of Educational Progress, Educational Testing Service.
- Koentjaraningrat. (2002). *Pengantar ilmu antropologi*. Rineka Cipta.
- Krikelas, J. (1983). Information-seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19, 5–20.
- McQuail, D. (1991). *Mass communication theory: An introduction* (3rd ed.). Sage Publications.
- Noe, R. A. (2020). *Employee training and development* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Nurul Fahmi, A., Komariah, S., & Wulandari, P. (2024). Flexing dan personal branding: Konten analisis sosial media generasi Z di Indonesia. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1), 22–40. <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). Analisa pengaruh flexing di media sosial terhadap kehidupan masyarakat. *JISICOM*, 7(1), 173–178. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomen flexing di media sosial dalam menaikkan popularitas diri sebagai gaya hidup. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 3(2), 490–493. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>
- Solikhah, P. (2023). The effect of flexing and personal branding on social media on the lifestyle of millennial Islamic students in Yogyakarta, Indonesia. *Nusantara Islamic Economic Journal*, 2(1), 54–65. <https://doi.org/10.34001/nuiej.v2i1.567>
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi suatu pengantar*. Rajawali Pers.
- Trna, J., & Trnova, E. (2004). Cognitive motivation in science teacher training. In *Science and technology education for a diverse world: Dilemmas, needs and partnership (11th IOSTE Symposium for Central and East European Countries)*. Masaryk University.
- Vitelar, A. (2013). Like me: Generation Z and the use of social media for personal branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257–268. <https://doi.org/10.25019/mdke/7.2.07>

- Wahyuningratna, R. N., Sevilla, V., & Juned, M. (2022). Edukasi pengembangan aktualisasi diri yang positif bagi remaja di sosial media. *Jurnal Pasopati*, 4(2), 113–118.
- Yuniarsih, K., & Santosa, S. (2024). Peran guru dalam menanamkan karakter positif dalam bermedia sosial: Studi fenomenologi di jenjang SD/MI. *Jurnal Perspektif*, 17(1). <https://doi.org/10.53746/perspektif.v17i1.178>