

Literasi Media Digital bagi Gen-Z di MAN 1 Kota Malang

Digital Media Literacy for Gen-Z in Islamic Elementary School 1 Malang City

Anang Sujoko*

Desi Dwi Prianti

Dicky Wahyudi

Mutiara Rahmadini Satya
Lestari

Department of Communication
Studies, Universitas Brawijaya,
Malang, East Java, Indonesia

email: anangsujoko@ub.ac.id

Kata Kunci

Gen-Z
Literasi Digital
Media Sosial
Netizen

Keywords:

Gen-Z
Digital literacy
Social media
Netizen

Received: February 2023

Accepted: April 2023

Published: July 2023

Abstrak

Perilaku netizen Indonesia dianggap paling tidak sopan se-Asia Tenggara, dan sebagian besar Netizen di Indonesia didominasi oleh Gen-Z yang memiliki tingkat kecanduan internet paling tinggi. Program Pengabdian Masyarakat ini berfokus pada literasi media digital bagi Gen-Z di Kota Malang. Kami menjalankan program ini dengan metode partisipatif di MAN 1 Kota Malang dengan beberapa pendekatan: Seminar literasi media digital bagi Gen-Z; Diskusi interaktif penggunaan media digital bersama Gen-Z. Hasil program pengabdian masyarakat ini memberikan penyadaran penggunaan media digital bagi Gen-Z siswa MAN 1 Kota Malang mengenai Prinsip-prinsip komunikasi dalam penggunaan media social, Konsekuensi pemakaian penggunaan media digital terhadap data pribadi dan interaksi sosial, dan Pembuatan konten edukatif melalui media digital. Proses diskusi interaktif menunjukkan adanya ketimpangan antara pengetahuan dan praktik penggunaan media sosial, seperti Gen-Z belum memahami konsekuensi buruk penggunaan media sosial, tetapi telah menjadi user media sosial. Hal lainnya, Gen-Z telah memahami batasan usia penggunaan media sosial, tetapi mereka melanggarnya dengan alasan untuk mencari informasi dan hiburan. Melalui program pengabdian masyarakat ini, kami memberikan rancangan model literasi digital kepada pihak MAN 1 Kota Malang untuk didemonstrasikan kepada siswa Gen-Z.

Abstract

The behavior of Indonesian netizens is considered the most disrespectful in Southeast Asia, and most netizens in Indonesia are dominated by Gen-Z, who have the highest internet addiction rates. This Community Service Program focuses on digital media literacy for Gen-Z in Malang City. We conducted this program using a participatory method at MAN 1 Malang City with several approaches: a digital media literacy seminar for Gen-Z and an interactive discussion on the use of digital media with Gen-Z. The results of this community service program provide awareness on the use of digital media for Gen-Z students in MAN 1 Malang, regarding: The principles of communication in the use of social media, the Consequences of using digital media on personal data and social interactions, and Production of educational content through digital media. The interactive discussion process shows an imbalance between knowledge and practice of using social media, such as Gen-Z has not yet understood the bad consequences of using social media. However, it has become a user of social media. Another thing, Gen-Z has understood the age limit of social media use, but they are fighting it on the grounds of seeking information and entertainment. Through this community service program, we provide digital literacy model designs to MAN 1 Malang City to demonstrate to Gen-Z students.



© 2023 Anang Sujoko, Desi Dwi Prianti, Dicky Wahyudi, Mutiara Rahmadini Satya Lestari. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i4.4681>

PENDAHULUAN

Kondisi ruang publik digital di Indonesia tak bisa dikatakan baik-baik saja, beberapa riset mengungkapkan kondisi ruang publik digital dipenuhi dengan informasi tidak bermutu, bahkan informasi negatif seperti hoax, fitnah, sara, dan saling caci-maki antar netizen (Dihandiska *et al.*, 2021; Juditha, 2019; Mustika, 2019; Sugiono, 2020). Perilaku netizen Indonesia-pun dari segi kesopanan dianggap paling buruk se-Asia Tenggara, sebagaimana terungkap dalam laporan tahunan dari Microsoft

dengan tajuk “*Civility, Safety, and Interactions Online – 2020*” (Digital Civility Index, 2020). Menjadi permasalahan, sebagian besar Netizen di Indonesia didominasi oleh Gen-Z, dan Gen-Z menjadi generasi yang tingkat kecanduan internetnya paling tinggi (Annur, 2022).

Pada tahun 2020, di Kota Malang terjadi tragedi pembunuhan yang dipicu oleh teknologi digital game online. MI (18) tega membunuh teman kerjanya RD (22) akibat sakit hati karena sering dihina ketika kalah main game online (Hartik, 2020). Dari kasus ini nampak bagaimana teknologi digital begitu determinan dalam kehidupan sosial remaja, dan kehidupan ekonomi (Hussin *et al.*, 2022). Sebenarnya masih banyak lagi kasus-kasus tragedi yang dipicu oleh media digital di Indonesia, namun anehnya tragedi tersebut seolah selalu berulang. Oleh karena itulah, tidak salah apabila Rastati (2018), salah seorang peneliti LIPI menyatakan pentingnya literasi media digital bagi remaja Gen-Z di era sekarang ini, sehingga dampak buruk atau pun tragedi paling buruk seperti kasus pembunuhan yang dipicu media digital dapat dicegah.

Studi dari Majid *et al.* (2022), Surji (2015), dan Hakim *et al.* (2017) menerangkan penggunaan teknologi digital berbasis internet oleh remaja menyebabkan beberapa hal buruk: munculnya egosentrisme, pemisahan antara kehidupan sosial, cyber bullying, meningkatkan emosi, dan budaya anti sosial. Beberapa dampak buruk teknologi digital terhadap remaja ini cukup memprihatinkan dalam kehidupan bersosial sehari-hari, walaupun tidak dipungkiri teknologi digital berbasis internet juga membawa kemudahan bagi kehidupan remaja, termasuk teknologi yang mendukung proses pembelajaran bagi remaja di Sekolah (Rahayu, 2022). Namun demikian, tetap saja dampak buruk tidak bisa dibiarkan begitu saja secara berkesinambungan menerpa generasi remaja.

Menindaklanjuti uraian permasalahan di atas, kami melakukan Program Pengabdian Masyarakat untuk memberikan literasi media digital bagi Gen-Z di Kota Malang. Kami memilih Mandrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Malang sebagai mitra dalam kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini. Pemilihan MAN 1 Kota Malang sebagai mitra dalam kegiatan Program Pengabdian Masyarakat bukanlah tanpa alasan, melainkan memiliki alasan sebagai berikut:

Pertama, MAN 1 Kota Malang memiliki siswa yang mayoritas menggunakan teknologi media digital, namun demikian pihak sekolah belum secara optimal memberikan literasi media digital. Oleh karena itu, kami memberikan penguatan literasi media digital kepada para siswa. Kedua, MAN 1 Kota Malang merupakan salah satu sekolah lanjutan tingkat atas yang berbasis agama Islam di Kota Malang, tentunya moral yang tertanam kepada para siswanya sebagai Gen-Z lekat nilai-nilai etis agamis. Sehingga dengan basis nilai-nilai etis agamis tersebut, kami memandang perlu memberikan sebuah literasi digital bagi mereka dengan tujuan mereka akan dapat menjadi penggerak literasi digital bagi Gen-Z lainnya di Kota Malang. Alasan berikutnya ketiga, berkaitan dengan kegiatan Program Pengabdian Masyarakat ini secara teknis mampu didukung oleh pihak MAN 1 Kota Malang, karena keterbukaan dari Kepala Sekolah untuk tim kami menjalankan Program Pengabdian Masyarakat. Kemudian, MAN 1 Kota Malang juga memiliki lokasi strategis di Kota Malang untuk tempat pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat, yakni beralamatkan di Jl. Raya Tlogomas No.21, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144. Selain itu, MAN 1 Kota Malang memiliki prasarana seperti Aula untuk menunjang pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat.

METODE

Metode Pelaksanaan pengabdian masyarakat literasi digital bagi Gen-Z MAN 1 Kota Malang dilakukan melalui pendekatan partisipatif guna melakukan pemberdayaan kepada komunitas dengan memunculkan kesadaran kritis dan keterampilan teknis untuk menunjang kehidupan komunitas menjadi lebih baik di masa mendatang. Pendekatan partisipatif dalam program pengabdian masyarakat ini terbagi menjadi tiga tahapan, yakni:

1. Seminar, kami melakukan seminar untuk memperkenalkan konsep literasi media digital kepada para Gen-Z MAN 1 Kota Malang. Konsep literasi media digital yang kami seminarakan merupakan konsep adaptasi dari *digital literacy* Bawden (2008) dan konsep-konsep komunikasi digital yang mutakhir. Kami menampilkan materi seminar melalui power point dengan konten-konten grafis berbasis ilmiah yang menarik yang menyesuaikan karakteristik Gen-Z. Seminar literasi digital kami lakukan dalam dua periode, pertama untuk Gen-Z Siswa Kelas X MAN 1 Kota Malang,

kedua untuk Gen-Z Siswa Kelas XI MAN 1 Kota Malang. Tujuan dari seminar ini supaya Gen-Z MAN 1 Kota Malang memilih pemahaman/ pengetahuan mengenai pentingnya literasi media digital.

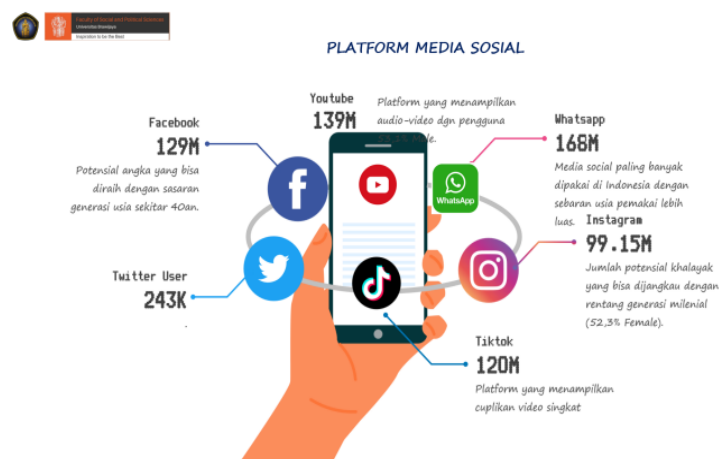
2. Diskusi interaktif. Kami menggunakan metode diskusi interaktif ini untuk secara langsung mengetahui permasalahan-permasalahan yang dialami oleh Gen-Z dalam menggunakan media digital maupun media sosial yang dimilikinya. Kami menjalankan metode diskusi interaktif ini berdampingan dengan metode seminar literasi media digital kepada Gen-Z siswa kelas X dan XI MAN 1 Kota Malang. Data dari metode diskusi interaktif ini akan kami manfaatkan untuk merancang model literasi digital dengan mengelaborasi dengan konsep-konsep teoritis yang telah dihasilkan oleh para ahli maupun scholar di bidang ilmu komunikasi – salah satunya konsep *digital literacy* dari Bawden (2008).

Hasil pengelaborasi antara konsep literasi media digital dan permasalahan empiris yang dialami oleh Gen-Z akan dijadikan sebagai rancangan model atau poun prototype literasi media digital untuk dapat didemonstrasikan oleh pihak MAN 1 Kota Malang kepada siswa-siswanya. Dengan demikian, metode seminar literasi digital dan diskusi interaktif dapat memberikan signifikasi bagi pihak MAN 1 Kota Malang untuk mengatasi permasalahan literasi media digital maupun media sosial yang dialami oleh Gen-Z dari siswa kelas X dan XI MAN 1 Kota Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seminar Literasi Media Digital bagi Gen-Z MAN 1 Kota Malang

Pada era digital, platform media sosial menjadi penghubung antardunia dan semua kegiatan manusia. Fakta ini dipaparkan kepada siswa-siswi MAN 1 Kota Malang pada seminar yang bertajuk Literasi Media Digital untuk Gen-Z. Melalui pemaparan tersebut ditunjukkan pula bahwa bukti lekatnya media sosial dan kehidupan manusia ditunjukkan dengan data jumlah pengguna aktif yang mencapai 50% penduduk di dunia. Diantara media sosial yang digunakan dengan jumlah terbanyak adalah Twitter, Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram dan yang kini sedang hangat di kalangan anak muda yaitu, Tiktok. Meskipun hadirnya Tiktok terbilang baru, pengguna Tiktok melalui data yang dipaparkan mencapai 120 juta pengguna, mengalahkan media sosial seperti Instagram dan Facebook.



Gambar 1. Data penggunaan media sosial

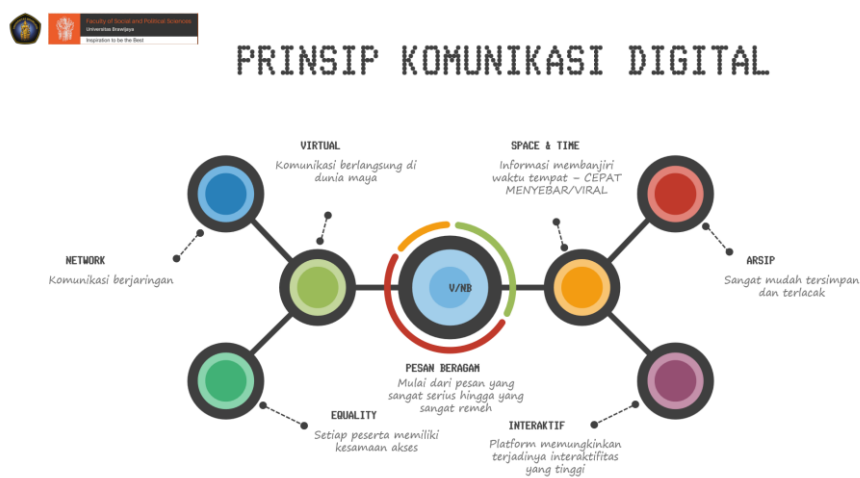
Banyaknya jumlah pengguna media sosial menunjukkan pula bahwa kini media sosial menjadi hal yang lekat dengan kehidupan manusia. Kita ambil contoh anak remaja pada rentang umur 15-20 tahun yang kita sebut sebagai Gen-Z, apakah ada diantara mereka yang memiliki media sosial? hampir keseluruhan dari mereka hidup di dalamnya. Media sosial menurut mereka selain alat komunikasi dan informasi, juga sebagai sarana ekspresi diri, pengisi waktu luang dan hiburan. Lalu, berapa lama mereka menghabiskan waktu untuk media sosial dan apa pengaruhnya? Melalui data AJ Marketing ditunjukkan secara keseluruhan data rata-rata waktu penggunaan media sosial di Indonesia per bulan. Data ini tentunya juga dipengaruhi oleh fitur yang dihasilkan dari setiap media sosial.



Gambar 2. Data durasi penggunaan media sosial

WhatsApp merupakan alat komunikasi utama yang digunakan di Indonesia. Pengguna bisa mengirimkan gambar, video, pesan suara, panggilan dan pesan teks. Rata-rata waktu penggunaannya mencapai 31.4 jam per bulan. Youtube, dengan rata-rata waktu penggunaan 26,4 jam per bulan. Fitur yang dihadirkan yaitu video, musik dan siaran-siaran yang pernah ditampilkan di televisi, sehingga kita tidak perlu khawatir ketinggalan berita siaran langsung karena melalui Youtube kita dapat melihat siaran tersebut sewaktu-waktu. Facebook dan Instagram memiliki data-rata penggunaan yang hampir sama, hanya saja fitur yang disajikan sedikit berbeda. Hadirnya Facebook lebih dulu dibanding Instagram, sehingga anak muda khususnya Gen-Z lebih cenderung menggunakan Instagram. Selanjutnya, Tiktok yang kini sedang hangat di kalangan Gen-Z. Tiktok menghadirkan fitur video singkat dengan diiringi musik, penggunaannya cukup tinggi yaitu 23 jam per bulan. Selama kondisi lock down kemarin, Tiktok menjadi media sosial yang dipilih untuk menghabiskan waktu luang selama kegiatan dilakukan dirumah.

Sesuai dengan prinsipnya, komunikasi melalui jejaring digital memiliki karakteristik yang dapat menghubungkan antar manusia dalam ruang dan waktu. Dikemas dengan menarik melalui penampilan visual dilengkapi audiovisual. Manusia tidak lagi menunggu berhari-hari bahkan berbulan-bulan untuk memperoleh informasi dari antarpulau atau antarnegara. Melalui media digital informasi dapat bergerak dan menyebar dengan cepat. Keunggulan lain komunikasi melalui media digital yaitu jejak digital yang sulit dihapus meskipun penulis menghapusnya. Namun, keunggulan ini menjadi ancaman bagi pengguna apabila tidak menggunakan media digital secara hati-hati.

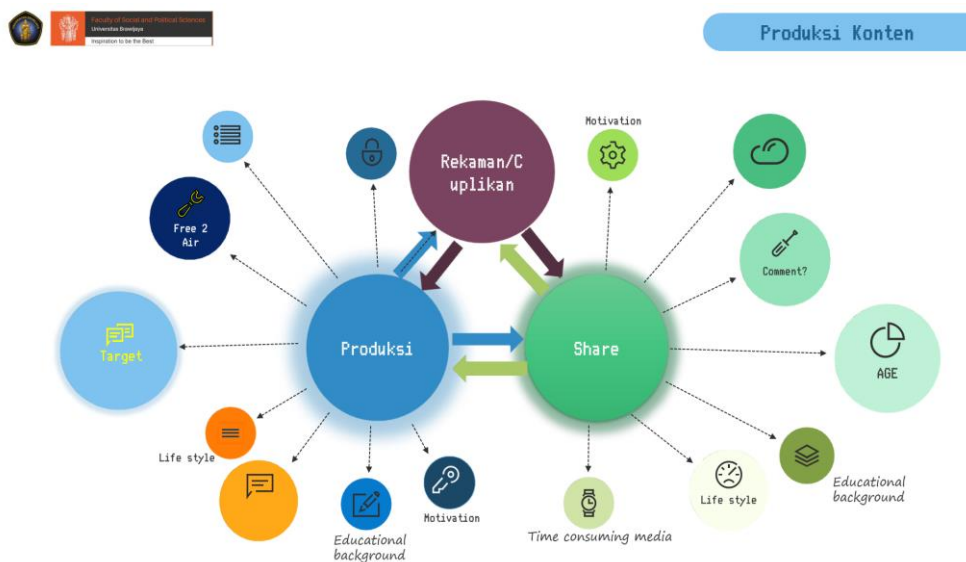


Gambar 3. Prinsip Komunikasi Digital

Gen-Z menjadi pengguna media sosial terbanyak, bagi mereka digital is life. Konten di media sosial yang menurut mereka menarik adalah konten yang atraktif baik itu konten tentang inspirasi, edukasi dan hiburan. Gen-Z juga tertarik dengan konten-konten yang dekat atau relevan dengan kehidupan mereka, ringan dan menghibur. Jika Facebook dulu sangat booming, Gen-Z mungkin sudah meninggalkan bahkan tidak mengenalnya lagi. Mereka cenderung menyukai konten yang lebih banyak menampilkan visual seperti grafik, foto, meme, video atau apapun yang shareable. Oleh karena itu, Instagram dan Tiktok menjadi media sosial favorit bagi Gen-Z saat ini. Gen-Z juga merupakan kelompok yang mudah bosan, sehingga cenderung lebih menyukai konten yang fresh dan baru. Maka tidak heran apabila Gen-Z memiliki update yang sangat cepat, seperti informasi, fashion terbaru, musik, event-event yang membuatnya lebih eksis dan lain sebagainya.



Gambar 4. Karakteristik Konten bagi Gen-Z



Gambar 5. Langkah Produksi Konten untuk Gen-Z

Gen-Z menjadi kelompok utama yang terpapar dan memiliki resiko tinggi akibat media sosial. Maka perlu adanya pembekalan dan strategi bagi mereka dalam menggunakan media sosial. Di antaranya mampu memahami audiens yang membaca dan melihat postingan di media sosial, memahami prinsip komunikasi beserta dampaknya, memahami bagaimana membuat dan memproduksi konten lebih baik lagi apabila mendapatkan benefit dari postingan tersebut, memahami Undang-undang ITE, dan mampu mengontrol diri ketika bermedsos.

Permasalahan GEN-Z sebagai User Media Digital dan Media Sosial

Pada penggunaan media sosial, Gen-Z cenderung menggunakannya untuk memenuhi keingintahuan terhadap berbagai hal yang terdapat di media sosial dan juga media sosial kini sedang menjadi trend di kalangan teman sebayanya. Media sosial kini seakan sudah menjadi candu, tiada hari yang dilalui mereka tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Itu lah sebabnya pengguna media sosial terbesar merupakan golongan remaja, atau sering disebut Gen-Z. Namun sayangnya, kecanduan yang dialami para remaja sebagai golongan Gen-Z ini, khususnya di Indonesia dinilai dari segi kesopanan dianggap paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Adapun perilaku tidak sopan yang dilakukan di media sosial diantaranya hoaks, penipuan, ujaran kebencian hingga diskriminasi.

Hasil dari diskusi dengan siswa/i MAN 1 Kota Malang, hal tidak sopan yang paling sering dilakukan Gen-Z di media sosial yaitu mencaci-maki melalui fitur cerita (*story*), mem-bully dan menyindir dengan kata-kata kasar. Contoh nyata pada tahun 2021, seleb TikTok asal Filipina Reemar Martin pernah menjadi korban bullying dari netizen Indonesia. Netizen Indonesia tersebut kebanyakan dari para perempuan remaja yang menjadi fans berat BTS atau sering disebut ARMY. Para ARMY Indonesia diduga tidak terima saat "pacar online" mereka mengidolakan Reemar karena parasnya yang cantik. Para penggemar Reemar pun beramai-ramai memblokir dan me-report akun milik BTS hingga Reemar membuat klarifikasi di publik. Kasus netizen Indonesia selanjutnya yang dinilai tidak sopan yaitu ketika sedang booming drama serial korea *The World of the Married*. Instagram aktris asal Korea Selatan Han So Hee mendadak diserang ribuan netizen Indonesia dengan kata-kata kasar lantaran Han So Hee merupakan pemeran selingkuhan yang merebut suami orang.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang, khususnya bagi GenZ. Terdapat perilaku unik yang saat ini menjadi tren bagi mereka, contohnya saat ini kalangan remaja lebih hiperaktif di media sosial. Mereka sering memposting kegiatan sehari-hari yang seakan menggambarkan gaya hidup mereka. Melalui postingannya, mereka juga mencoba mengikuti perkembangan jaman, agar dianggap lebih populer di lingkungannya. Namun sayangnya, apa yang mereka posting di media sosial tidak selalu menggambarkan keadaan *social life* mereka yang sebenarnya. Ketika para remaja tersebut memposting sisi hidupnya yang penuh kesenangan, tidak jarang pada kenyataannya mereka adalah pribadi yang kesepian. Hal yang berbahaya juga dari kebiasaan hiperaktif di media sosial yaitu terekamnya informasi pribadi pengguna yang secara tidak sadar tersebar melalui postingan media sosial. Sebagai contoh, sering kali para remaja memposting foto liburan dengan foto paspor dan tiket transportasi yang berisi data pribadi ke media sosial. Hal-hal berbahaya ini banyak yang belum mereka sadari dalam penggunaan media sosial.

Karakteristik Gen-Z yang berpikir cepat ternyata berdampak buruk dalam penggunaan media sosial. Mereka kerap kali tidak memikirkan apa efek kedepan akibat postingan-postingan yang saat ini dilakukan. Semua postingan mereka di media sosial selamanya akan terekam meskipun telah hilang atau secara sengaja dihapus. Padahal, saat ini banyak perusahaan-perusahaan besar yang memperhatikan media sosial pelamar dalam merekrut karyawan. Apabila kebiasaan Gen-Z seperti mencaci-maki, mem-bully, postingan video atau foto tidak pantas dan sebagainya, maka akan berdampak buruk bagi masa depan mereka.

Model Literasi Digital bagi GEN-Z MAN 1 Kota Malang

Program pengabdian masyarakat yang kami lakukan memberikan model literasi digital untuk digunakan meningkatkan literasi dalam bermedia sosial bagi GEN-Z siswa MAN 1 Kota Malang. Model literasi digital yang kami buat dalam pengabdian masyarakat ini mengelaborasi permasalahan penggunaan media sosial oleh siswa MAN 1 Kota Malang dan konsep teoritis *digital literacy* dari Bawden (2008). Model literasi yang kami berikan memiliki empat konsep indikator yang masing-masing berperan penting untuk mengatasi permasalahan penggunaan media sosial oleh GEN-Z dari siswa MAN 1 Kota Malang. Empat indikator tersebut dapat dijadikan sebagai acuan maupun pedoman untuk pihak MAN 1 Kota Malang dalam meningkatkan literasi penggunaan media sosial dari para siswanya. Empat indikator literasi media digital tersebut antara lain sebagai berikut:

Pertama, kemampuan dasar literasi media. Pada indikator ini, kemampuan Gen-Z dalam mengoperasional media digital untuk memproduksi konten-konten media sosial perlu untuk ditingkatkan. Misalnya kemampuan Gen-Z menggunakan

gadget untuk memproduksi konten menarik dan edukatif yang kemudian disebarluaskan melalui media sosial. Selain itu, dengan Gen-Z memiliki kemampuan dasar literasi maka akan membantu mereka memanfaatkan media sosial secara positif dan efektif. Kemampuan dasar literasi ini bermacam-macam, misalnya juga berkaitan dengan kemampuan Gen-Z untuk memahami istilah dan symbol yang terdapat pada media sosial. Sehingga membuat Gen-Z mampu mengakses informasi di media sosial. Kemudian, kemampuan menganalisis informasi yang disajikan di media sosial. Selanjutnya, setelah menganalisis seseorang tersebut mampu untuk mengevaluasi dan mengkomunikasikan informasi tersebut dengan cara membagikannya berupa teks, gambar, video maupun file. Sehingga, dengan adanya kemampuan dasar literasi yang matang penyebaran hoax tidak akan menjamur dalam masyarakat, khususnya di Generasi Z ini.

Kedua, latar belakang pengetahuan. Indikator ini menjelaskan mengenai pengaruh latar belakang pengetahuan yang dimiliki Gen-Z terhadap pemilihan platform media sosial yang digunakannya. Selain itu, juga pemilihan konten serta bagaimana Gen-Z dapat meresponse konten atau informasi yang berada dalam media sosial. Respon yang diberikan ini juga berkaitan erat dengan penyebaran informasi. Perdebatan di sosial media yang negatif serta tindak pembulian di internet berpengaruh dari latar belakang pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna internet tersebut. Walaupun tidak menyeleksi konten Gen-Z setidaknya dapat membedakan baik dan buruknya sebuah konten berdasarkan latar belakang pengetahuan. Latar belakang konten ini juga yang mempengaruhi Gen-Z dalam pembuatan konten. Seperti tema apa yang ingin digunakan dan juga jenis konten apa yang akan dibuat. Dengan latar belakang pengetahuan yang kuat, maka diharapkan tingkat kegiatan negative di sosial media dapat berkurang. Latar belakang pengetahuan ini juga dapat menjadi tolak ukur bagaimana tanggung jawab seseorang dalam bermediasosial.

Ketiga, keterampilan bidang TIK. Indikator ini bukan hanya tentang bagaimana Gen-Z dapat menggunakan media sosial, namun juga bagaimana mengembangkan informasi yang berada di media sosial. Contohnya saja, bagaimana mereka dapat memanfaatkan software untuk mendaur ulang konten-konten yang ada di media sosial. Selanjutnya, ketrampilan bidang TIK yakni peningkatan kemampuan Gen-Z dalam pemanfaatan software, seperti untuk desain, pengolahan data, editing video dan masih banyak lainnya yang bermanfaat untuk pembuatan konten baru. Terdapat pula software untuk manajemen media sosial yang jika Gen-Z dapat menggunakannya akan bermanfaat untuk skill di pekerjaan atau bisnis mereka kelak. Kemampuan dalam keterampilan bidang TIK juga dapat berpengaruh dalam tindakan penyebaran informasi. Media sosial mana yang mereka kuasai maka Gen-Z akan memanfaatkannya untuk menyebarkan informasi yang menurut mereka menarik. Hal ini juga bisa dilakukan di berbagai kanal media sosial dengan konten yang beragam. Menurut Hussin *et al.* (2022) penguatan literasi digital dengan memberikan peningkatan kemampuan penguasaan teknologi komunikasi akan dapat memberdayakan masyarakat dalam menghadapi era digital.

Keempat, perpektif berfikir dan sikap. Dapat dikatakan indikator ini memiliki posisi paling penting untuk didiseminasikan maupun diajarkan oleh pihak MAN 1 Kota Malang kepada para siswanya yang masuk ke dalam Generasi Z. Perspektif berfikir dan sikap Gen-Z memengaruhi Gen-Z dalam menyebarkan informasi dan meresponse informasi. Selain itu, kemampuan berpikir kritis akan dapat menjadi pintu bagi Gen-Z untuk membedakan serta menyeleksi konten yang baik dan buruk. Untuk kemudian Gen-Z dapat menentukan sikapnya antara tetap mengkonsumsi konten (skip dan blokir konten/akun) atau bahkan berhenti menggunakan media sosial yang dianggap membawa dampak negatif terhadap dirinya. Kemampuan berpikir kritis juga akan melahirkan sikap kewaspadaan dari Gen-Z, mulai dari memilih media sosial yang digunakan, memahami peraturan penggunaan media sosial, hingga memahami konsekuensi dari penggunaan media sosial. Kemudian, tidak kalah pentingnya kemampuan berpikir kritis akan melahirkan sikap untuk tidak memproduksi konten-konten yang membawa dampak buruk bagi orang lain, atau pun dampak buruk bagi dirinya sendiri seperti tindakan melanggar hukum, penyalahgunaan informasi, penyebaran kebencian, penyebaran informasi yang tidak benar atau hoax, bullying di sosial media, kriminalitas, pornografi, dan tindakan negatif lainnya. Melalui komponen-komponen literasi media digital tersebut diharapkan dapat memberikan signifikansi praktis berupa peningkatan literasi digital Gen-Z siswa/I MAN 1 Kota Malang, sehingga dapat menciptakan atau pun mendukung ekosistem literasi media sehat dan kritis (Nurjanah & Mutiarin, 2020; Syukri *et al.*, 2019). Berikut model literasi media digital dan media sosial yang kami berikan kepada pihak MAN 1 Kota Malang untuk didemonstrasikan kepada Gen-Z:



Gambar 6. Model Literasi Media Digital

KESIMPULAN

Kesimpulan Kesimpulan program pengabdian masyarakat ini memberikan penyadaran mengenai pentingnya literasi media digital bagi Gen-Z Siswa MAN 1 Kota Malang. Penyadaran pentingnya literasi digital ini diwujudkan melalui pemahaman mengenai prinsip-prinsip komunikasi dalam penggunaan media sosial; Konsekuensi pemakaian penggunaan media digital; Pembuatan konten edukatif melalui media digital. Siswa MAN 1 Kota Malang sebagai user media digital dan media sosial memiliki permasalahan mengenai pemahaman aturan dan konsekuensi penggunaan media sosial, tetapi mereka tetap menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan hiburan. Kami memberikan model literasi media digital kepada Gen-Z dengan menitikberatkan untuk meningkatkan empat indikator literasi media, yakni Kemampuan dasar literasi media, Latar belakang pengetahuan pemakaian media, Keterampilan pemakaian TIK, Perspektif berpikir kritis dan mengambil sikap. Kami memberikan rekomendasi bagi program pengabdian masyarakat selanjutnya membentuk komunitas Gen-Z yang beranggotakan Gen-Z untuk menjalankan literasi media digital bagi Gen-Z lainnya. Sekaligus program mengenai pelatihan riset di bidang kajian media digital bagi para Gen-Z, sehingga Gen-Z bisa berkembang dengan budaya riset ilmiah yang berdampak positif bagi kehidupan sosial yang termediasi di media digital maupun media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Badan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (BPPM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya yang memberikan pendanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui skema Hibah Internal Program Pengabdian Masyarakat. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada pihak Mandrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Kota Malang yang telah menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

- Annur, C. M. (2022). *Survei: Pecandu Internet Terbanyak dari Kalangan Gen Z*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/29/survei-pecandu-internet-terbanyak-dari-kalangan-gen-z>
- Bawden, D. (2008). Origins and Concept of Digital Literacy. In Lanksher, C. & Knobel, M. (Eds.), *Digital Literacies: Concept, Policies, and Practice*. Bristol: Peter Lang.

- Digital Civility Index. (2020). *Civility, Safety, and Interactions Online – 2020*. <https://news.microsoft.com/wp-content/uploads/prod/sites/421/2020/02/Digital-Civility-2020-Global-Report.pdf>
- Dihandiska, A. V, Nugroho, R. A., & Santoso, T. B. (2021). Hoax Terkait COVID-19 di Indonesia: Sebuah Literasi untuk Memperkuat Kemitraan Pemerintah Terbuka. *Spirit Publik*, 16(1), 57–69. <https://doi.org/10.20961/sp.v16i1.45883>
- Hakim, S. N., Raj, A. A., & Prastiwi, D. F. C. (2017). Remaja dan Internet. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi*. 311–319.
- Hartik, A. (2020). *Dihina karena Kalah Main Game Online, Remaja Ini Bunuh Rekan Kerjanya*. <https://regional.kompas.com/read/2020/09/09/20065321/dihina-karena-kalah-main-game-online-remaja-ini-bunuh-rekan-kerjanya>
- Hussin, M. H., Muhammad, A., & Larasathy, G. (2022). Penguatan Literasi Digital dalam Merespons Peningkatan Ekonomi Digital pada Masa Pandemi COVID-19. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 349-356. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.12488>
- Juditha, C. (2019). Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika*, 3, 199–212.
- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., et al. (2022). Pengembangan Keterampilan Digital Content Creator Pelajar Tingkat Menengah Atas di Kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283-291. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i2.9898>
- Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer ke Dunia Politik di Media Sosial. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 2(2), 144–151. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.60>
- Nurjanah, A. & Mutiarin, D. (2020). Pemberdayaan Cabang Aisyiyah Ngampilan Yogyakarta melalui Literasi “Media Sehat”. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 65–71. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i1.1445>
- Rahayu, A. (2022). Meningkatkan School Well-Being di Era Digital (Pengabdian Masyarakat di SMA Muhammadiyah 1 Jakarta). *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 432–437. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i3.2816>
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 6(1), 60-73. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v6n1.p60-73>
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.7250>
- Surji. (2015). Pengaruh Internet Terhadap Kehidupan Remaja Di Kota Padangsidempuan. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 4(4), 1–8. <http://dx.doi.org/10.55181/ijns.v4i4.1361>
- Syukri, M., Sujoko, A., & Safitri, R. (2019). Gerakan Dan Pendidikan Literasi Media Kritis Di Indonesia (Studi terhadap Yayasan Pengembangan Media Anak). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 111–134. <https://doi.org/10.32528/mdk.v2i2.1925>