

Optimalisasi Literasi Kritis Melalui Kampanye Kreatif Instagram dalam Membangun Etika Bermedia Sosial pada Remaja

Andri Fransiskus Gultom ^{1*}, Ludovikus Bomans Wadu ², Umi Tursini ³

¹ Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

* Author Correspondence

Riwayat Artikel :

Diterima : 28 Desember 2025; Direvisi : 14 Januari 2026; Disetujui : 24 Januari 2026.

Abstrak

Pesatnya perkembangan media sosial telah menjadikan ruang digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan remaja. Namun, intensitas penggunaan tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman etika dan literasi kritis yang memadai. Fenomena komunikasi yang kurang santun, penyebaran ujaran kebencian, serta maraknya informasi yang tidak terverifikasi menunjukkan adanya urgensi dalam penguatan kesadaran etika bermedia sosial. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi kritis dan kesadaran etis remaja dalam berinteraksi di ruang digital melalui kampanye edukatif berbasis media sosial Instagram. Metode yang digunakan adalah pendekatan edukatif-partisipatif yang meliputi tahap perencanaan pesan kampanye, produksi konten visual berupa poster dan video singkat, serta penyebaran dan pendampingan interaksi audiens secara daring. Hasil pelaksanaan menunjukkan respons yang positif dari audiens, dengan capaian jangkauan sebanyak 409 tayangan, 48 tanda suka, serta berbagai bentuk interaksi seperti komentar dan pesan langsung. Temuan ini mengindikasikan bahwa kampanye digital berbasis media sosial efektif sebagai sarana edukasi publik dalam menginternalisasi nilai-nilai Pancasila, khususnya prinsip kemanusiaan dan persatuan, dalam konteks komunikasi digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran awal remaja untuk bersikap lebih kritis, bijak, dan bertanggung jawab dalam mengelola informasi serta berpartisipasi di ruang siber.

Kata Kata Kunci:

Etika Media Sosial; Kampanye Digital; Literasi Kritis; Instagram; Nilai Pancasila.

Abstract

Optimizing Critical Literacy Through Creative Instagram Campaigns in Building Social Media Ethics in Teenagers. The rapid growth of social media has made digital spaces an inseparable part of adolescents' daily lives. However, the intensity of social media use has not been adequately balanced with sufficient ethical awareness and critical digital literacy. Phenomena such as impolite online communication, the spread of hate speech, and the circulation of unverified information indicate the urgent need to strengthen ethical awareness in social media practices. This community service activity aims to enhance adolescents' critical literacy and ethical awareness in digital interactions through an educational campaign conducted on Instagram. The method employed is an educational-participatory approach, encompassing the stages of campaign message planning, visual content production in the form of posters and short videos, as well as content dissemination and facilitation of audience interaction through digital platforms. The implementation results demonstrate positive audience responses, as indicated by a reach of 409 views, 48 likes, and various forms of interaction, including comments and direct messages. These findings suggest that social media-based digital campaigns are effective as public education tools for internalizing Pancasila values, particularly the principles of humanity and unity, within the context of digital communication. Overall, this activity successfully fostered initial awareness among adolescents to become more critical, prudent, and responsible in managing information and participating in cyberspace.

Keywords:

Social Media Ethics; Digital Campaign; Critical Literacy; Instagram; Pancasila Values.

Contact : Corresponding author  e-mail: andri.franz@unikama.ac.id



Check for
updates

How to Cite: Gultom, A. F., Wadu, L. B., & Tursini, U. (2026). Optimalisasi Literasi Kritis Melalui Kampanye Kreatif Instagram dalam Membangun Etika Bermedia Sosial pada Remaja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 126-134.
<https://doi.org/10.56393/jpkm.v6i1.4130>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang sangat masif di Indonesia telah mengubah paradigma komunikasi dari metode manual menjadi digital melalui berbagai perangkat modern (Fahmi, & Mendrofa, 2023; Widodo, & Kristiyono, 2025). Media sosial kini telah bertransformasi menjadi sarana utama bagi masyarakat, khususnya generasi milenial, generasi Z, dan generasi Alpha, untuk melakukan pertukaran informasi dan ekspresi diri. Namun, fenomena pesatnya penggunaan platform digital ini belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman etika berinteraksi yang memadai di ruang publik virtual. Realitas objektif menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi justru sering kali memicu berbagai permasalahan komunikasi digital. Kondisi ini menegaskan perlunya intervensi edukatif yang terstruktur guna membangun pondasi perilaku digital yang lebih sehat. Literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis, melainkan juga mencakup kesadaran etis dalam merespons dinamika di era post-truth (Agustin, Indrawati, & Jawasi, 2024).

Identifikasi masalah dalam proyek ini menunjukkan adanya krisis perilaku komunikasi yang kurang etis di kalangan pengguna media sosial saat ini. Situasi ini yang merefleksikan adanya kesenjangan signifikan antara kondisi ideal dan realita di lapangan. Secara ideal, remaja diharapkan memiliki kecakapan literasi digital yang mencakup penggunaan bahasa santun, kemampuan verifikasi informasi, serta penghormatan tinggi terhadap privasi orang lain sebagai perwujudan tanggung jawab moral di ruang siber. Namun, kondisi riil di lokasi pengabdian sebelum intervensi dilakukan menunjukkan fakta yang kontradiktif; temuan di lapangan mengonfirmasi masih maraknya penggunaan bahasa yang tidak sopan, munculnya ujaran kebencian, serta penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau hoaks. Rendahnya kesadaran terhadap perlindungan privasi dan tanggung jawab digital menjadi isu krusial yang menciptakan jarak lebar dari standar etika digital yang seharusnya. Tanpa literasi kritis, pengguna cenderung terjebak dalam arus informasi yang manipulatif dan destruktif (Fadhilah, et al., 2022; Gultom, 2023). Oleh karena itu, gap antara ekspektasi perilaku etis dan perilaku destruktif di lokasi pengabdian inilah yang menjadi fokus utama untuk memitigasi dampak negatif dari interaksi digital yang tidak bertanggung jawab. Etika digital menjadi instrumen penyeimbang yang diperlukan untuk menutup celah antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab moral di ruang siber (Mas, et al., 2025; Mutia, et al., 2024).

Pemilihan remaja dan generasi muda sebagai subjek pengabdian didasarkan pada posisi mereka sebagai kelompok yang paling aktif menghabiskan waktu di ruang digital (Rizky, 2024). Generasi ini memiliki kerentanan tinggi terhadap pengaruh negatif konten digital karena berada dalam fase pencarian jati diri yang intens. Penggunaan media visual seperti Instagram dipilih karena platform ini memiliki jangkauan yang sangat luas dan sangat dekat dengan keseharian generasi muda. Melalui pendekatan yang akrab dengan gaya hidup mereka, pesan edukasi diharapkan dapat diterima dengan lebih efektif dan tidak bersifat menggurui. Pendekatan partisipatif melalui media visual terbukti lebih mampu menarik perhatian dibandingkan metode ceramah konvensional. Oleh karena itu, optimalisasi literasi kritis pada kelompok ini merupakan investasi sosial yang strategis untuk masa depan (Herman, et al., 2023).

Kampanye etika bermedia sosial ini dirancang dengan memanfaatkan poster dan video edukatif sebagai instrumen utama penyampaian pesan. Melalui media tersebut, audiens didorong untuk mengembangkan kemampuan menyaring informasi sebelum membagikannya

kepada orang lain. Selain itu, kampanye ini menekankan pentingnya sikap santun serta tanggung jawab atas setiap komentar dan unggahan yang dilakukan (Perdana & Sulastri, 2025). Penggunaan media visual dalam kegiatan edukatif sangat efektif membantu audiens memahami informasi yang kompleks secara lebih cepat dan mendalam. Strategi ini sejalan dengan konsep komunikasi visual yang menekankan ketepatan media dalam mencapai target sasaran tertentu. Keterlibatan audiens secara aktif dalam kampanye digital menjadi indikator penting keberhasilan proses diseminasi nilai (Mere, Aprimur, & Innosensia, 2024).

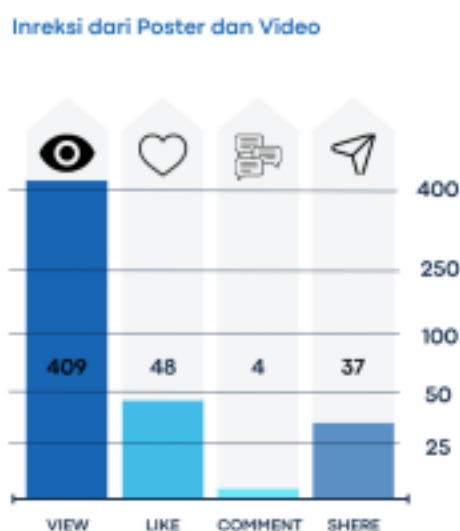
Perubahan sosial yang diharapkan dari pengabdian ini adalah terbentuknya ekosistem digital yang lebih aman, nyaman, dan beradab (Krivý, 2023). Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk menginternalisasi nilai-nilai Pancasila, terutama sila kedua dan ketiga, ke dalam praktik komunikasi sehari-hari di media sosial. Dengan meningkatnya literasi kritis, remaja diharapkan mampu menghargai karya orang lain dan berkomunikasi secara lebih empatik. Keberlanjutan dari kesadaran etis ini diharapkan mampu meminimalkan konflik sosial yang bersumber dari dunia maya. Integrasi moralitas dan teknologi merupakan kunci utama dalam mewujudkan masyarakat digital yang harmonis dan berkualitas. Literasi digital yang kokoh pada akhirnya akan membentuk karakter pengguna yang bijak dan bertanggung jawab (Sidiq, 2024).

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dengan menekankan pada strategi kampanye digital kreatif (Rachman, et al., 2025). Pendekatan ini dipilih untuk menciptakan keterlibatan aktif antara tim pengabdian dan subjek dampingan dalam ruang digital. Metode ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi satu arah, tetapi juga pada pengorganisasian komunitas virtual agar mampu mengadopsi nilai-nilai etika digital secara berkelanjutan (Ulfa, & Lubis, 2025). Tahapan pelaksanaan disusun secara sistematis guna memastikan pesan kampanye tersampaikan dengan efektif dan tepat sasaran sesuai dengan profil audiens yang dituju. Subjek pengabdian atau mitra dampingan dalam kegiatan ini adalah kelompok remaja dan generasi muda yang merupakan pengguna aktif media sosial, khususnya mahasiswa dan pengikut (*followers*) akun Instagram edukatif yang dikelola oleh tim pengabdian. Lokasi pengabdian ditetapkan secara virtual melalui platform Instagram, mengingat fleksibilitas dan aksesibilitasnya yang tinggi bagi subjek dampingan. Pemilihan subjek ini didasarkan pada data bahwa kelompok usia remaja memiliki intensitas interaksi digital paling tinggi, namun sering kali terpapar risiko perilaku siber yang tidak etis. Strategi tim pengabdian dengan melakukan observasi, aksi, dan refleksi secara simultan terhadap respons yang diberikan oleh subjek dampingan. Instrumen pengumpulan data meliputi observasi terhadap metrik interaksi di media sosial serta dokumentasi komentar audiens sebagai bentuk kualitatif dari penerimaan pesan. Analisis data dilakukan dengan membandingkan target jangkauan konten dengan hasil nyata (*insight*) yang diperoleh selama masa kampanye berlangsung. Melalui tahapan yang terukur seperti: pra-produksi, produksi konten, eksekusi, dan evaluasi-refleksi, pengabdian diharapkan dapat menghasilkan dampak sosial yang nyata dalam bentuk peningkatan kesadaran etis di ruang digital. Sinergi antara konten kreatif dan keterlibatan komunitas menjadi kunci utama dalam mengoptimalkan literasi kritis remaja. Evaluasi pada tahap akhir menjadi landasan untuk mengukur sejauh mana pesan-pesan etika telah terinternalisasi dalam perilaku digital subjek dampingan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan serangkaian aksi teknis yang terintegrasi untuk memecahkan masalah rendahnya etika digital di kalangan remaja. Ragam kegiatan yang dilaksanakan meliputi identifikasi isu-isu krusial seperti perundungan siber, hoaks, dan degradasi kesantunan di ruang virtual. Tim pengabdian kemudian melakukan produksi konten kreatif berupa poster digital dan video edukatif yang dirancang secara visual untuk menarik atensi generasi Z. Proses pendampingan dilakukan secara asinkronus melalui platform Instagram, di mana setiap unggahan berfungsi sebagai pemicu diskusi bagi audiens. Melalui tahapan ini, pesan-pesan etika tidak lagi dianggap sebagai doktrin yang kaku, melainkan menjadi narasi yang relevan dengan keseharian mereka. Dinamika proses pendampingan menunjukkan adanya interaksi yang intens antara pengabdian dan remaja dalam komunitas dampingan dalam ruang digital. Hasil monitoring menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil menjangkau 409 tayangan (*impressions*) dan mendapatkan 48 tanda suka (*likes*) pada periode awal peluncuran. Secara teknis, aksi ini melibatkan distribusi materi edukasi yang menekankan pada penggunaan bahasa yang sopan dan verifikasi informasi sebelum disebarluaskan. Para remaja tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi mulai terlibat aktif dengan memberikan komentar yang mencerminkan pemahaman baru mereka terhadap nilai-nilai Pancasila. Keterlibatan ini menjadi indikator awal bahwa metode kampanye visual efektif dalam menjembatani kesenjangan literasi etika di media sosial.



Gambar 1. Diagram performa interaksi antara pengabdian dan kelompok dampingan

Berdasarkan data performa kampanye dalam artikel pengabdian ini, diagram hasil jangkauan mencerminkan efektivitas strategi komunikasi visual dalam memengaruhi perilaku digital remaja. Diagram tersebut mengilustrasikan distribusi *insight* Instagram yang mencakup 409 tayangan (*impressions*) sebagai indikator luasnya sebaran pesan etika, serta 48 tanda suka (*likes*) yang merepresentasikan validasi audiens terhadap nilai-nilai Pancasila yang diusung. Pola fluktuasi dalam diagram menunjukkan bahwa konten visual yang kreatif memiliki daya tarik lebih tinggi dalam memicu keterlibatan (*engagement*) dibandingkan metode konvensional, yang secara teknis memvalidasi keberhasilan tahap diseminasi dalam metode pengabdian. Secara analitis, data dalam diagram ini tidak hanya sekadar angka statistik,

melainkan bukti empiris adanya respons positif komunitas dampingan terhadap ajakan literasi kritis dan kesantunan bermedia sosial. Dengan demikian, diagram tersebut menjadi instrumen krusial dalam artikel untuk menunjukkan transformasi kesadaran audiens dari penerima pesan pasif menjadi partisipan aktif dalam ekosistem digital yang lebih sehat.



Gambar 2. Peserta terlibat dalam produksi konten sebagai bentuk keaktifan

Munculnya kesadaran baru menuju transformasi sosial mulai terlihat dari perubahan perilaku audiens dalam berinteraksi di kolom komentar. Perubahan ini ditandai dengan meningkatnya kecenderungan audiens untuk berpikir kritis sebelum merespons sebuah konten yang bersifat kontroversial. Pranata sosial baru dalam bentuk "etika saling menghargai" di ruang digital mulai terbentuk sebagai standar baru bagi komunitas tersebut. Kesadaran untuk menjaga privasi orang lain dan menghindari ujaran kebencian menjadi fokus yang paling banyak mendapat respons positif. Transformasi ini menunjukkan bahwa intervensi edukatif yang tepat sasaran mampu mengubah kebiasaan digital yang destruktif menjadi lebih konstruktif.

Gagasan dan tindakan kreatif juga mulai bermunculan dari kalangan remaja yang menjadi target pengabdian ini. Beberapa individu menunjukkan inisiatif dengan membagikan kembali konten kampanye tersebut ke jejaring pertemanan mereka sendiri sebagai bentuk dukungan terhadap gerakan etika digital. Fenomena ini menciptakan pemimpin-pemimpin muda informal (*organic influencers*) yang berperan sebagai agen perubahan di lingkaran sosial mereka. Mereka mulai berani menyuarakan pentingnya kesantunan bermedia sosial dan menegur secara halus rekan sebaya yang berperilaku menyimpang. Tindakan kreatif ini menjadi bukti bahwa program ini berhasil memicu kepemimpinan kolektif di tingkat akar rumput digital.

Keberhasilan kampanye ini juga tercermin dalam munculnya gagasan orisinal dari audiens mengenai cara memitigasi penyebaran hoaks secara mandiri. Melalui interaksi di media sosial, muncul diskusi mengenai pentingnya mencari sumber rujukan kedua sebelum mempercayai sebuah unggahan. Hal ini merupakan bentuk nyata dari literasi kritis yang melampaui sekadar kemampuan teknis mengoperasikan gawai. Terciptanya kesadaran kolektif untuk membangun ekosistem digital yang bersih menunjukkan bahwa transformasi sosial sedang berlangsung secara bertahap. Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah terciptanya budaya digital yang berbasis pada martabat manusia dan persatuan bangsa.

Pembahasan secara keseluruhan, bahwa hasil pengabdian ini membuktikan bahwa pengorganisasian komunitas melalui media sosial dapat menjadi instrumen perubahan perilaku yang signifikan. Keberhasilan mencapai ratusan tayangan bukan sekadar angka statistik, melainkan representasi dari luasnya sebaran nilai etika yang berhasil ditanamkan. Sinergi antara konten yang estetik dan pesan moral yang kuat menjadi kunci dalam memengaruhi persepsi remaja tentang bagaimana seharusnya bersikap di dunia maya (Aditia, dkk., 2024). Perubahan dari sikap acuh tak acuh menjadi sikap peduli dan bertanggung jawab merupakan capaian fundamental dalam pengabdian ini. Dengan demikian, optimalisasi literasi kritis melalui Instagram telah memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan karakter digital generasi muda Indonesia.

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai instrumen kampanye bukan sekadar distribusi informasi, melainkan sebuah bentuk intervensi digital yang efektif dalam membangun etika komunikasi remaja. Temuan berupa 409 tayangan dan interaksi aktif audiens mengonfirmasi bahwa pendekatan visual memiliki daya persuasi yang lebih kuat dalam ruang digital yang padat informasi. Hal ini sejalan dengan teori literasi digital yang menekankan bahwa efektivitas pesan di era *post-truth* sangat bergantung pada kemampuan konten untuk menarik atensi sekaligus memicu nalar kritis audiens. Keberhasilan ini membuktikan bahwa strategi yang dirancang dalam tahap metode, yakni penggunaan konten kreatif, secara teknis mampu menjawab permasalahan krisis kesantunan yang dipaparkan pada bagian pendahuluan.

Dalam konteks analisis kualitatif terhadap kolom komentar menunjukkan bahwa diskusi interaktif yang terbangun bukan sekadar respons superfisial, melainkan mencerminkan internalisasi nilai-nilai Pancasila dalam konteks digital. Sebagai contoh, beberapa audiens memberikan narasi yang menekankan pentingnya verifikasi dan sikap saling menghormati sebagai manifestasi nilai Kemanusiaan yang Adil dan Beradab di ruang siber. Komentar seperti “penting sekali untuk memikirkan perasaan orang lain sebelum memencet tombol *post*”. Dari sinilah, etika digital menjadi cerminan identitas bangsa kita di dunia internasional' menjadi bukti nyata bahwa pesan-pesan kampanye berhasil memicu nalar kritis dan refleksi moral. Hal ini mengonfirmasi bahwa penggunaan media sosial Instagram mampu mengonversi konten visual menjadi dialog etis yang substantif, di mana remaja tidak lagi menjadi objek pasif informasi, melainkan subjek aktif yang mengonstruksi ulang standar kesantunan berdasarkan nilai-nilai luhur bangsa (Gultom, 2024).

Keberhasilan intervensi melalui Instagram ini memiliki distingsi yang signifikan jika dibandingkan dengan pengabdian serupa pada platform lain seperti TikTok atau Facebook. Berbeda dengan karakteristik Facebook yang cenderung didominasi oleh audiens generasi lebih tua dengan pola interaksi berbasis teks panjang, atau TikTok yang memiliki ritme konsumsi konten sangat cepat (setiap beberapa detik), Instagram menawarkan keseimbangan melalui fitur *Carousel* dan *Comments* yang memungkinkan audiens untuk berhenti sejenak dan mencerna informasi secara lebih mendalam. Temuan ini selaras dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa algoritma Instagram lebih suportif terhadap konten edukasi visual yang memerlukan atensi jangka menengah dibandingkan platform video pendek yang murni bersifat hiburan. Dengan demikian, pemilihan Instagram sebagai instrumen utama dalam pengabdian ini merupakan langkah strategis yang tepat untuk menysasar segmen remaja,

mengingat platform ini menyediakan ruang transisi yang ideal antara daya tarik visual dan kedalaman diskusi etis

Secara teoretis, respons positif audiens berupa tanda suka dan komentar interaktif mencerminkan proses internalisasi nilai-nilai etika digital yang berbasis pada nilai Pancasila. Diskusi teoretis yang relevan menunjukkan bahwa etika bermedia sosial bukan hanya tentang kepatuhan pada aturan teknis, tetapi tentang manifestasi tanggung jawab moral sebagai warga negara digital. Temuan ini didukung oleh pemikiran bahwa penguatan etika digital pada sila kedua, "Kemanusiaan yang Adil dan Beradab", menjadi fondasi dalam meminimalisir perundungan siber dan ujaran kebencian. Integrasi nilai luhur dalam kemasan konten modern terbukti mampu menjembatani pemahaman remaja terhadap etika yang sering kali dianggap abstrak menjadi tindakan praktis di ruang siber (Mutia et al., 2024).

Proses pengabdian ini juga melahirkan temuan teoretis mengenai pentingnya *community engagement* dalam transformasi sosial di platform digital. Perubahan perilaku yang teramati, di mana audiens mulai bersikap lebih kritis dan santun, menunjukkan adanya pergeseran dari sekadar pengguna pasif menjadi pengguna yang memiliki "kesadaran diri digital". Dalam perspektif literasi kritis, kemampuan untuk menyaring informasi sebelum membagikannya merupakan bentuk pertahanan diri terhadap manipulasi informasi atau hoaks. Fenomena ini menguatkan argumen bahwa literasi media bukan sekadar keterampilan teknis operasional, melainkan sebuah kompetensi kognitif untuk mengevaluasi kebenaran dan etika di balik sebuah unggahan (Rianto, 2019).

Transformasi sosial yang terjadi selama proses pendampingan ini juga ditandai dengan munculnya kepemimpinan organik di kalangan remaja (FN & Zatadini, 2025). Ketika audiens membagikan ulang (*repost*) konten edukatif tersebut, terjadi proses desiminasi nilai secara horizontal yang lebih dipercaya oleh kelompok sebaya. Secara teoretis, ini menunjukkan bahwa kampanye kreatif mampu menciptakan "agen perubahan digital" yang berperan sebagai pemimpin opini dalam lingkaran sosial mereka sendiri. Temuan ini selaras dengan penelitian yang menyatakan bahwa efektivitas kampanye digital sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi dan dukungan sosial dari komunitas dampingan (Aditia et al., 2024). Keberhasilan ini menandai terciptanya pranata sosial baru dalam bentuk budaya digital yang lebih inklusif dan bertanggung jawab.

Sebagai penutup diskusi, temuan dari pengabdian ini memberikan kontribusi pada model pengembangan karakter digital melalui pendekatan yang partisipatif. Sinergi antara teori komunikasi visual dan etika Pancasila terbukti menjadi formula yang efektif dalam melakukan mitigasi dampak negatif media sosial pada generasi muda. Perubahan yang teramati, mulai dari peningkatan jangkauan hingga perubahan cara berkomunikasi di kolom komentar, menunjukkan bahwa intervensi yang sistematis dapat menghasilkan dampak sosial yang terukur. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menyelesaikan masalah jangka pendek, tetapi juga meletakkan dasar bagi transformasi sosial yang berkelanjutan dalam mewujudkan ekosistem digital Indonesia yang lebih beradab (Sidiq, 2024).

Simpulan

Pengabdian masyarakat ini menegaskan bahwa optimalisasi literasi kritis melalui kampanye kreatif di Instagram efektif dalam mentransformasi perilaku digital remaja dari pola interaksi yang impulsif menjadi lebih etis dan reflektif. Secara refleksi teoretis, temuan ini

menunjukkan bahwa internalisasi nilai Pancasila di ruang siber paling berhasil dilakukan melalui pendekatan edukatif-partisipatif yang memanfaatkan media visual, di mana estetika konten berfungsi sebagai pintu masuk bagi penerimaan pesan moral yang kompleks. Perubahan sosial yang teramati, mulai dari peningkatan jangkauan hingga munculnya kepemimpinan organik di kalangan audiens, membuktikan bahwa teknologi jika dikombinasikan dengan narasi etis dapat menjadi instrumen pemberdayaan karakter bangsa. Sebagai rekomendasi, pengabdian selanjutnya perlu memperluas cakupan kolaborasi dengan melibatkan pembuat konten (content creator) lokal guna memperkuat resonansi pesan dan mengembangkan mekanisme evaluasi dampak jangka panjang untuk mengukur konsistensi perubahan perilaku subjek dampingan dalam ekosistem digital yang dinamis. Guna menjamin keberlanjutan dampak pasca-intervensi, program ini tidak boleh berhenti pada fase diseminasi konten, melainkan harus ditindaklanjuti dengan pembentukan ekosistem literasi yang mandiri. Langkah konkret yang dapat diambil adalah dengan menginisiasi pembentukan komunitas “Duta Etika Digital” di lokasi pengabdian yang berperan sebagai kurator konten sekaligus moderator diskusi dalam lingkungan sebaya secara berkelanjutan. Selain itu, melalui penyediaan buku panduan digital (*e-booklet*) yang dapat diakses secara permanen dan pengembangan repositori konten edukatif di platform sekolah, program ini memiliki landasan operasional yang kuat untuk bertransformasi dari sekadar kampanye situasional menjadi gerakan sosial yang melembaga.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Secara khusus, ucapan terima kasih ditujukan kepada: DPPM yang telah memberikan payung hukum dan dukungan supervisi dalam pelaksanaan program ini sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Lalu, Komunitas Literasi serta seluruh responden dan audiens di platform media sosial Instagram yang telah berpartisipasi aktif, memberikan respons positif, dan terlibat dalam diskusi kritis selama kampanye berlangsung. Serta seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan inspirasi dan bantuan teknis selama proses pengabdian hingga penyusunan artikel ini selesai.

References

- Aditia, R., Saragih, R. B. R., Hafizah, E., & Indiarma, V. (2024). Persepsi pengguna media sosial terhadap efektivitas kampanye digital #Museumbkl dalam meningkatkan kesadaran budaya lokal. *Actual Insight: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 12–25. <https://doi.org/10.51178/actual.viii.1782>
- Agustin, T. D., Indrawati, & Jawasi. (2024). Efektivitas literasi digital dan informasi melalui media sosial Facebook tokoh masyarakat bagi warga Desa Terusan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 456–468. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10654321>
- Fadhilah, M. N., Maryanti, R., Wulandary, V., & Irawan, A. R. (2022). The effect of digital literacy on social media ethics. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.30871/deca.v5i1.3521>

- Fahmi, F. Z., & Mendrofa, M. J. S. (2023). Rural transformation and the development of information and communication technologies: Evidence from Indonesia. *Technology in Society*, 75, 102349. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102349>
- FN, A. A. S., & Zatadini, G. I. (2025). Pendampingan Literasi Digital Pada Generasi Milenial Sebagai Penguatan Moderasi Beragama. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 5(1). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i1.1010>
- Gultom, A. (2023). Mengapa Filsafat Perlu Ada di Jantung Pemikiran Civitas Academicus?. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 6(1), 17-34. Retrieved from <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SD/article/view/1033>
- Gultom, A. F. (2024). Objektivisme Nilai dalam Fenomenologi Max Scheler. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4 (4), 141-150. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i4.2107>
- Herman, Simanjuntak, M. M., Grace, E., Susanti, E., & Ervina, N. (2023). Socialization of digital literacy as an effort to appreciate other people's work or content on social media. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 89-98. <https://doi.org/10.32815/jpm.v4i1.1254>
- Krivý, M. (2023). Digital ecosystem: The journey of a metaphor. *Digital Geography and Society*, 5, 100057. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2023.100057>
- Mas, F., Jeluhur, H., Negat, K., & Tefa, A. (2025). Etika dalam media sosial antara kebebasan ekspresi dan tanggung jawab digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 246-255. <https://doi.org/10.61233/jpm.v2i2.246>
- Mere, Y. R., Aprimur, O. Y., & Innosensia. (2024). Pemberdayaan remaja SMP Negeri 1 Adonara Timur melalui literasi media sosial: Strategi dan etika penggunaan Facebook. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 5(3), 3249-3260. <https://doi.org/10.51178/jip.v5i3.1890>
- Mutia, G. D., Fatri, M., Juliansari, R., & Fadila, E. S. (2024). Etika penggunaan media sosial sesuai Sila Kedua. *Jurnal Pendidikan Pancasila*, 1(5), 284-295. <https://doi.org/10.47134/pancasila.v1i5.284>
- Perdana, C., & Sulastri. (2025). Efektivitas kampanye sosial melalui TikTok: Studi kasus kampanye lingkungan. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 49-62. <https://doi.org/10.31219/osf.io/vj8k9>
- Rachman, L., Hanifansyah, N., Husni, Z. M., & Rusli, M. F. A. (2025). Penguatan Literasi Digital dan Etika Bermedia bagi Siswa Madrasah melalui Program Generasi Anti Hoax. *Mohuyula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 51-57.
- Rianto, P. (2019). Literasi digital dan etika media sosial di era post-truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24-35. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>
- Rizky, M. (2024). Efektivitas kampanye digital dalam meningkatkan partisipasi pemilih muda pada pemilihan kepala daerah Kota Semarang 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 200-215. <https://doi.org/10.24905/jip.v7i2.2541>
- Sidiq, P. (2024). Literasi digital pada masyarakat: Etis bermedia sosial, aman dan nyaman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 56-67. <https://doi.org/10.55606/jpm.v3i1.3122>
- Triantafyllidou, E., & Zabaniotou, A. (2022). Digital technology and social innovation promoting a green citizenship: development of the "go sustainable living" digital application. *Circular Economy and Sustainability*, 2(1), 141-164. <https://doi.org/10.1007/s43615-021-00111-3>
- Ulfa, M., & Lubis, M. (2025). Social media wise education: Improving the digital literacy of vocational school students through Instagram. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(2), 367-375. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i2.2012>
- Widodo, S., & Kristiyono, J. (2025). Digital democracy: transforming political communication in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 9(1), 153-168. <https://doi.org/10.25139/jsk.v9i1.9524>