

# Storytelling Berbasis *Ethical Digital Literacy*: Strategi Literasi Digital Remaja di Era Media Sosial

Suryaning Hayati\*<sup>1</sup>, Nurul Aidin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Indonesia  
\*e-mail: [suryaning.hayati@mercubuana.ac.id](mailto:suryaning.hayati@mercubuana.ac.id)<sup>1</sup>, [nurul.aidin@mercubuana.ac.id](mailto:nurul.aidin@mercubuana.ac.id)<sup>2</sup>

## Abstrak

Rendahnya literasi digital etis menyebabkan banyaknya penyebaran informasi yang tidak valid dan ujaran kebencian. Teknik storytelling dapat menjadi solusi dalam menciptakan konten edukatif dan tetap berlandaskan etika digital. Dengan penguatan literasi digital berbasis etika, remaja dapat memanfaatkan media sosial dengan lebih positif dan produktif. Luaran dari kegiatan ini adalah: 1) Peningkatan keterampilan storytelling dalam membuat konten yang etis; dan 2) Perbaikan tata nilai masyarakat yang sadar etika bermedia sosial. Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah interaktif dan simulasi, pendampingan penyusunan konsep pesan dengan pendekatan storytelling, serta praktik membuat konten storytelling. Terkait penerimaan peserta atas materi yang disampaikan, siswa menyatakan bahwa konten storytelling: 1) memungkinkan meningkatnya keterlibatan emosional pada pesan dan kreator; 2) memudahkan penyampaian pesan dan nilai-nilai etis; 3) membantu membentuk identitas; dan 4) dapat mempengaruhi dan mendorong perubahan perilaku pada isu-isu sosial dan lingkungan. Selain manfaat, siswa juga mengutarakan keraguan untuk membuat konten storytelling, karena: 1) konten kreator storytelling harus lebih percaya diri, menguasai public speaking, dan dituntut kreatif; 2) konten kreator harus berbekal data sebelum menyusun narasi; 3) proses pembuatan konten menjadi lebih sulit, karena harus melalui video editing, tidak semudah editing materi dalam bentuk tulisan; dan 4) tidak cocok bagi siswa yang tidak terbiasa berpikir kritis.

**Kata Kunci:** Ethic, Literasi Digital, Social Media, Storytelling

## Abstract

The lack of ethical digital literacy has led to the dissemination of misinformation and hate speech. The storytelling technique can be a solution in creating educational content, still based on digital ethics. By strengthening ethics-based digital literacy, teenagers can utilize social media more positively and productively. The outputs of this activity are: 1) Improved storytelling skills in creating ethical content; and 2) Improved community values that are aware of social media ethics. This activity was carried out using interactive lecture and simulation methods, assistance in drafting messages with a storytelling approach, and practice in creating storytelling content. Regarding the participants' acceptance of the material presented, students stated that storytelling content: 1) allows increased emotional engagement with the message and creator; 2) facilitates the delivery of messages and ethical values; 3) helps shape identity; and 4) can influence and encourage behavior change on social and environmental issues. In addition to the benefits, students also expressed hesitation to create storytelling content, because: 1) storytelling content creators must be more confident, master public speaking, and be required to be creative; 2) content creators must be armed with data before compiling narratives; 3) the content creation process becomes more difficult, because it must go through video editing, not as easy as editing material in written form; and 4) not suitable for students who are not accustomed to critical thinking.

**Keywords:** Ethic, Digital Literacy, Social Media, Storytelling

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Analisis Situasi

Perkembangan teknologi digital yang pesat membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat memperoleh informasi dan berkomunikasi. Namun, rendahnya literasi digital dapat menyebabkan penyebaran hoaks, penyalahgunaan media sosial, dan lemahnya pemanfaatan teknologi untuk keperluan produktif. Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi kebutuhan mendesak guna membentuk masyarakat yang cerdas, kritis, dan bijak dalam memanfaatkan teknologi informasi.

Urgensi literasi digital bagi remaja didasarkan pada beberapa fenomena yang berkembang di era digital saat ini, antara lain:

- a. Pemanfaatan teknologi yang kurang produktif.  
Remaja lebih banyak menggunakan internet untuk hiburan daripada untuk belajar dan mengembangkan keterampilan yang bermanfaat.
- b. Menjadi bagian dari penyebaran ujaran kebencian  
Fenomena *fake account* memberikan kebebasan bagi pengguna media sosial untuk merespon dengan ujaran kebencian karena tidak mengungkap identitas sebenarnya
- c. Maraknya penyebaran hoaks dan misinformasi  
Remaja sering menjadi sasaran maupun penyebar informasi palsu karena kurangnya keterampilan dalam memverifikasi sumber informasi.
- d. *Cyberbullying* dan keamanan digital  
Banyak remaja mengalami atau melakukan perundungan di dunia maya tanpa memahami dampaknya. Kurangnya kesadaran akan etika digital dan keamanan data pribadi juga meningkatkan risiko eksploitasi.
- e. Kecanduan media sosial dan dampak psikologis  
Konsumsi media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecemasan, depresi, dan ketergantungan digital yang menghambat perkembangan sosial serta akademik mereka.
- f. Eksploitasi dan kejahatan digital  
Kasus seperti penipuan online, perdagangan manusia, dan eksploitasi seksual berbasis digital semakin meningkat, dengan remaja sebagai kelompok rentan.

Dengan memahami fenomena ini, literasi digital menjadi sangat penting untuk membekali remaja dengan keterampilan kritis dalam menghadapi tantangan dunia digital secara bijak dan bertanggung jawab. Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan remaja, khususnya siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Mereka memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri. Namun, tanpa pemahaman yang memadai tentang etika bermedia sosial dan literasi digital, penggunaan media ini dapat menimbulkan berbagai permasalahan.

Salah satu fenomena yang sering terjadi adalah penyebaran hoaks. Kurangnya kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi membuat banyak remaja mudah terpengaruh dan turut menyebarkan berita palsu. Penelitian Agustina et al (2023) menunjukkan bahwa literasi digital yang rendah berkontribusi pada maraknya penyebaran informasi yang tidak valid di kalangan remaja (Agustina et al., 2023). Selain itu, ujaran kebencian dan *cyberbullying* juga menjadi isu serius. Banyak siswa yang terlibat dalam perundungan daring, baik sebagai pelaku maupun korban, yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mental mereka (Andari et al., 2023).

Fenomena lain yang mengkhawatirkan adalah penggunaan akun palsu atau *fake account*. Beberapa remaja membuat identitas palsu untuk tujuan negatif, seperti menipu atau merundung orang lain. Kasus penyalahgunaan media sosial untuk melakukan kejahatan semakin meningkat, menunjukkan bahwa etika dalam bermedia sosial masih perlu diperhatikan (Fakhri, 2022). Selain itu, penggunaan media sosial yang kurang produktif, seperti menghabiskan waktu berjam-jam untuk hal-hal yang tidak bermanfaat, dapat mengganggu proses belajar siswa (Syifa et al., 2023). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, peningkatan literasi digital di kalangan siswa SMA menjadi sangat penting. Dengan memahami etika dan tanggung jawab dalam bermedia sosial, diharapkan mereka dapat menggunakan platform digital secara bijak dan produktif, sehingga terhindar dari dampak negatif yang mungkin timbul.

Berdasarkan fenomena tersebut di atas, dan di tengah maraknya penyalahgunaan media sosial, teknik *storytelling* dapat menjadi solusi untuk meningkatkan literasi digital yang berbasis etika. *Storytelling* bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiens. Bagi siswa SMA yang merupakan generasi *digital native*, penggunaan *storytelling* dalam konten media sosial dapat membantu mereka memahami dan menerapkan *ethical digital literacy* secara lebih efektif.

Salah satu contoh nyata dari pemanfaatan *storytelling* berbasis etika adalah kampanye media sosial yang mengangkat kisah nyata tentang dampak *cyberbullying*. Misalnya, seorang siswa membagikan pengalamannya sebagai korban perundungan daring dalam bentuk video pendek di TikTok atau Instagram Reels. Dengan menyajikan narasi yang kuat dan emosional, audiens tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga dapat lebih berempati terhadap korban dan memahami pentingnya menjaga etika dalam berkomunikasi di dunia digital. Selain itu, teknik *storytelling* juga bisa digunakan untuk melawan penyebaran hoaks. Sebuah konten bisa dibuat dengan alur cerita yang menarik, misalnya tentang seorang remaja yang awalnya percaya pada berita palsu, kemudian menemukan cara untuk melakukan *fact-checking*. Dengan pendekatan ini, pesan tentang pentingnya verifikasi informasi dapat tersampaikan dengan lebih mudah dibandingkan hanya melalui himbauan formal.

Pendekatan *storytelling* berbasis *ethical digital literacy* juga dapat diterapkan dalam edukasi mengenai *fake account* dan ujaran kebencian. Misalnya, dengan membuat skenario tentang seseorang yang menggunakan akun palsu untuk menyebarkan kebencian, lalu dihadapkan pada konsekuensi nyata dari perbuatannya. Dengan format yang *relatable* bagi remaja usia SMA, seperti serial cerita pendek di Instagram Stories atau utas di Twitter, pesan moral dapat tersampaikan secara efektif tanpa terasa menggurui.

Penting bagi siswa SMA untuk tidak hanya menjadi konsumen media sosial, tetapi juga kreator yang bertanggung jawab. Dengan menerapkan teknik *storytelling* berbasis *ethical digital literacy*, mereka dapat menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga memberikan dampak positif bagi komunitas digital. Di era informasi yang serba cepat ini, *storytelling* yang etis bisa menjadi alat yang ampuh untuk membentuk budaya bermedia sosial yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: 1) Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi digital yang beretika; 2) Memberikan edukasi tentang teknik *storytelling* dalam pembuatan konten media sosial yang positif dan inspiratif; dan 3) Mendorong remaja dan komunitas digital untuk menghasilkan konten yang lebih bertanggung jawab dan berkualitas.

Mitra program PkM ini adalah SMA Yuppentek 1 yang berlokasi di Tangerang. Sekolah ini Terakreditasi A dan berstatus Sekolah Penggerak yang mengimplementasikan Kurikulum Penggerak (kurikulum pembaruan). Pembelajaran untuk kelas 10 masih mendapatkan pembelajaran yang sama, dan baru di kelas 11 siswa lebih fokus pada apa yang menjadi cita-cita, seperti ingin kuliah kedokteran fokusnya ke kedokteran maka mengambil jurusan IPA dengan konsentrasi biologi dan kimia atau ingin alternatif keduanya ingin menjadi accounting bisa mengambil konsentrasi ekonomi jika ingin mengambil lintas jurusan IPS atau bisa juga mengambil BAHASA. Untuk pilihan kelas 11 menyesuaikan dengan asesmen diagnostik yang sudah dilakukan seperti *fingerprint* yang berisi jurusan Perguruan Tinggi dan Sekolah memberikan kebebasan pada siswa sesuai dengan SDM yang ada.

Siswa SMA Yuppentek berada pada rentang usia 15-18 tahun, kelahiran antara 2007-2010 yang termasuk di dalam kategori Generasi Z. Dimana generasi ini merupakan pengguna media digital dengan penetrasi internet nomor 2 tertinggi setelah generasi millennial. Program PkM tentang teknik *storytelling* dengan literasi digital etis akan membekali siswa SMA Yuppentek 1 Tangerang dengan keterampilan yang diperlukan untuk berpartisipasi secara aktif dan bertanggung jawab di dunia digital. Siswa akan mampu menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga mendidik, serta memahami pentingnya etika dalam setiap aktivitas digital yang mereka lakukan. Pemikiran ini didasari oleh permasalahan sebagai berikut:

- a. Tingginya penggunaan internet di kalangan remaja  
Menurut data Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024, penetrasi pengguna internet usia Gen Z mencapai 87,02%, menjadikannya kelompok usia dengan penetrasi tertinggi (APJII, 2024).
- b. Rendahnya indeks literasi digital  
Indeks Literasi Digital Indonesia pada tahun 2022 berada pada skor 3,54 dari skala 1-5, yang termasuk dalam kategori sedang. Pilar dengan skor terendah adalah Keamanan Digital (Digital

Safety) dengan skor 3,10, menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran akan keamanan digital di kalangan remaja.

c. Maraknya penyebaran hoaks

Fenomena penyebaran hoaks di media sosial masih menjadi tantangan serius. Remaja sering menjadi sasaran maupun penyebar informasi palsu karena kurangnya keterampilan dalam memverifikasi sumber informasi.

d. Kasus misinformasi yang berujung pada kekerasan

Pada awal tahun 2023, rumor mengenai penculikan anak yang tersebar luas melalui WhatsApp, Facebook, dan TikTok memicu kepanikan massal dan tindakan main hakim sendiri di berbagai daerah di Indonesia. Meskipun sebagian besar rumor tersebut tidak benar, dampaknya sangat merugikan, termasuk insiden kekerasan yang fatal.

Data-data di atas menegaskan pentingnya meningkatkan literasi digital di kalangan remaja untuk memastikan mereka dapat menggunakan teknologi informasi secara bijak dan aman.

Mengintegrasikan teknik *storytelling* sebagai konten media sosial berbasis *ethical digital literacy* bagi siswa SMA Yuppentek 1 Tangerang memiliki urgensi yang signifikan. Dimana literasi digital bukan hanya tentang kemampuan teknis, tetapi juga mencakup pemahaman etis dalam berinteraksi di dunia maya. Literasi digital membantu siswa mengembangkan kemampuan mengevaluasi, menemukan, memanfaatkan, berbagi, dan menciptakan konten menggunakan teknologi informasi dan internet secara bijak dan bertanggung jawab (Nurhidayah, 2023). Pentingnya literasi digital etis semakin terasa dengan meningkatnya ketergantungan pada teknologi, yang membuat siswa dihadapkan pada masalah seperti hak cipta, plagiarisme, dan *cyberbullying*. Literasi digital mengajarkan siswa untuk mengonsumsi dan mengkomunikasikan informasi secara etis, sehingga mereka dapat menjadi warganet yang lebih bertanggung jawab (Rasidi, 2023).

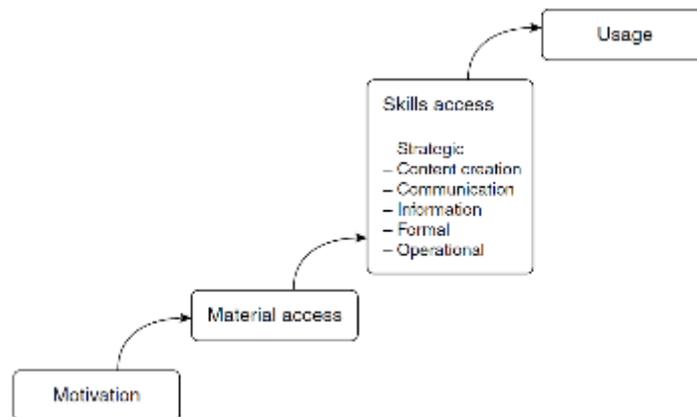
Selain itu, teknik *storytelling* dapat menjadi alat yang efektif dalam pendidikan. Dengan menggunakan *storytelling*, siswa dapat belajar menyampaikan pesan atau informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini tidak hanya meningkatkan kemampuan komunikasi mereka, tetapi juga membantu dalam menyampaikan nilai-nilai etis dan literasi digital kepada audiens yang lebih luas (Kakung, 2020). Hal ini perlu menjadi perhatian bagi para siswa pengguna media sosial, baik sebagai komunikator maupun yang bertindak pasif sebagai komunikan. Bahwasanya menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan harus didasari oleh pemahaman yang cukup terkait *ethical digital literacy*. Kemudahan teknologi dan pesatnya pertumbuhan *artificial intelligence* dapat menjadi ancaman sekaligus peluang. Dengan menggunakan teknik *storytelling*, siswa dapat menjadi komunikator yang mempertimbangkan aspek kredibilitas pada keakuratan informasi yang disampaikan, dimana tujuan ini tidak tercapai melalui konten-konten short video dengan durasi yang sangat singkat dan peluang untuk menyampaikan informasi hanya dapat dilakukan melalui caption dengan batasan maksimum karakter.

## 1.2. Kerangka Konseptual

### 1.2.1. Digital Skills

*Digital skills* menghubungkan literasi digital dengan aspek praktis yang dibutuhkan untuk berpartisipasi aktif dan aman dalam dunia digital. Teori ini didasari oleh *resources and appropriation theory* yang dikembangkan oleh Jan A.G.M. van Dijk (2012), merupakan teori yang menjelaskan bagaimana ketidaksetaraan sosial menyebabkan akses yang tidak setara terhadap sumber daya, seperti internet. *Digital skills* merupakan fase penting dalam penggunaan teknologi digital. Enam kerangka kerja *digital skills* dua keterampilan yang berhubungan dengan media yang terdiri dari keterampilan operasional (keterampilan teknis untuk menguasai media digital) dan keterampilan formal (menjelajah dan menavigasi, terutama di web) dan empat keterampilan yang berhubungan dengan konten terkait konten yang terdiri dari keterampilan informasi (kemampuan untuk mencari, memilih, dan mengevaluasi informasi di media digital),

keterampilan komunikasi (kemampuan untuk berkomunikasi di sebagian besar Internet), keterampilan pembuatan konten (kemampuan untuk menghasilkan konten), dan keterampilan strategis (menggunakan media digital sebagai sarana untuk tujuan pribadi atau profesional tertentu). Keterampilan digital kontemporer tersebut tersebut adalah keterampilan media terbaru yang telah dikembangkan (Van Dijk & Van Deursen, 2014).



Gambar 1. Four Stages of Access to Digital Technology, Van Dijk (2005)  
Sumber: Van Dijk and Van Deursen (Van Dijk & Van Deursen, 2014)

Model tersebut menggambarkan tahapan penting yang diperlukan dalam *digital skills*, namun langkah ini tidak menentukan dalam proses yang mengarah pada tujuan akhir untuk memanfaatkan teknologi secara optimal untuk tujuan yang spesifik. Penjelasan tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Motivasi adalah tahap pertama dalam proses adopsi teknologi baru. Individu yang tidak menyukai komputer atau media digital lainnya tidak akan berusaha untuk membeli komputer atau mendapatkan koneksi tertentu, kecuali jika mereka dipaksa untuk melakukannya. Mengembangkan keterampilan yang diperlukan membutuhkan upaya dan motivasi yang berkelanjutan. Ketika semua berjalan dengan baik, ketika perintah dan penggunaan media digital sederhana, dan terjadi sesuai dengan kebutuhan dan tujuan, hasilnya adalah stimulasi. Kemudian, siklus peningkatan motivasi dimulai.
- b. Tahap kedua dari apropriasi, memperoleh akses fisik ke media digital, telah sepenuhnya mendominasi opini publik dan perspektif kebijakan dalam dua dekade terakhir. Dominasi ini terlihat dari banyaknya orang yang percaya bahwa masalah akses telah terpecahkan dan kesenjangan digital telah tertutup ketika lebih dari 90 persen populasi memiliki komputer dan akses internet. Akses material mencakup semua biaya penggunaan komputer, koneksi, peralatan periferal, perangkat lunak, dan layanan. Biaya-biaya ini berbeda dalam banyak hal, dan orang-orang yang memiliki akses fisik memiliki biaya komputer, Internet, dan media digital lainnya yang sangat berbeda. Kesenjangan akses material akan tetap ada dan mungkin akan semakin menonjol. Inovasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tidak melambat, dan secara terus menerus perangkat keras dan perangkat lunak baru yang lebih mahal atau lebih murah ditemukan. Inovasi layanan juga mengarah pada pengeluaran yang lebih besar atau lebih kecil bagi mereka yang memiliki kebutuhan dan pendapatan yang berbeda.
- c. Tahap ketiga dari penggunaan media digital adalah keterampilan yang diperlukan untuk menguasainya. Keterampilan ini adalah kunci dari keseluruhan proses. Istilah "keterampilan" lebih sesuai daripada "literasi" atau "kompetensi", yang merupakan konsep yang juga sering digunakan dalam literatur (secara terpisah atau dalam kombinasi seperti "keterampilan literasi" atau "kompetensi literasi"). Literasi dapat dianggap sebagai konsep yang paling umum dan sering dianggap sebagai seperangkat keterampilan atau kompetensi. Istilah "literasi" memiliki beragam makna dari waktu ke waktu. Istilah "keterampilan" menunjukkan kinerja yang lebih (inter)aktif dalam penggunaan media daripada, misalnya, istilah "melek", yang mengacu pada membaca dan menulis teks. Sebagai contoh, penggunaan internet tidak

hanya sekedar membaca dan menulis di keyboard dan layar, tetapi juga termasuk berinteraksi dengan program dan pengguna lain, atau menyelesaikan transaksi barang dan jasa. Penggunaan Internet membutuhkan lebih banyak tindakan daripada penggunaan media visual yang relatif pasif seperti televisi atau buku, yang terutama membutuhkan pengetahuan dan keterampilan kognitif. Dengan demikian, selain keterampilan yang berhubungan dengan alat, keterampilan khusus juga diperlukan untuk menggunakan informasi yang disediakan atau berkomunikasi melalui Internet.

- d. Tahap keempat dan terakhir dari penggunaan media digital adalah penggunaan. Penggunaan ditentukan oleh dua faktor besar: motivasi (ketertarikan pada aplikasi tertentu dan penggunaan komputer dan Internet secara umum) dan keterampilan (Van Dijk, 2005). Pola penggunaan terdiri dari frekuensi dan lamanya waktu per hari media digital digunakan, jumlah dan variasi aplikasi, jenis aplikasi yang digunakan (misalnya, informasi, komunikasi, perdagangan, pekerjaan, hiburan, dan pendidikan), dan jenis penggunaan (produktif dan yang dibuat oleh pengguna atau konsumtif) (Van Dijk & Van Deursen, 2014).

Berdasarkan empat tahap akses teknologi digital tersebut di atas, digital skills yang dimaksud adalah:

- a. *Operational skills*. Perhatian populer dan kebijakan terhadap keterampilan digital sepenuhnya difokuskan pada “keterampilan operasional”. Ini adalah kompetensi teknis yang diperlukan untuk memerintah komputer atau Internet. Dalam bahasa populer, mereka disebut “pengetahuan tombol.”
- b. *Formal skills*. Dalam interpretasi yang lebih baik dari kompetensi teknis ini, perhatian diberikan pada penjelajahan dan navigasi Internet. Inilah yang kita sebut sebagai “keterampilan formal”. Setiap media membutuhkan keterampilan tersebut karena masing-masing memiliki sejumlah karakteristik formal. Pengguna harus mempelajari karakteristik ini dengan setiap media. Tidak terkecuali komputer dan Internet. Telah diketahui bahwa banyak orang lanjut usia dan buta huruf memiliki masalah dalam berpikir dan bertindak dalam hal struktur menu dan menggunakan hyperlink.
- c. *Information skills*. Kurangnya perhatian yang diberikan pada apa yang disebut keterampilan informasi, yaitu kemampuan untuk mencari, memilih, dan mengevaluasi informasi di media digital. Keterampilan ini sangat dibutuhkan di media yang menawarkan banyak sekali sumber dan konten yang dapat dipilih, seperti Internet. Sementara keterampilan operasional dan formal merupakan keterampilan yang berhubungan dengan media, keterampilan informasi berhubungan dengan konten.
- d. *Communication skills*. “Keterampilan komunikasi” dibutuhkan untuk media digital seperti Internet yang semakin berkonsentrasi pada komunikasi. Penggunaan email, chatting, pesan instan atau tweeting, menyiapkan profil di media sosial atau kengan online, dan berkontribusi dalam komunitas online membutuhkan keterampilan komunikasi khusus; namun, tidak ada sekolah untuk mempelajarinya.
- e. *Content creation skills*. Dalam sepuluh tahun terakhir, “keterampilan membuat konten” telah menjadi semakin penting, karena Internet telah berkembang dari media konsumsi konten yang relatif pasif menjadi media yang memungkinkan konten yang dibuat oleh user-generated content. Perkembangan ini dikenal sebagai Web 2.0. Pembuatan konten tidak lagi hanya desain dan publikasi situs web pribadi atau profesional, seperti pada tahun 1990-an; ini juga mengacu pada penulisan teks (seperti di blog, Tweet, atau di forum online), perekaman atau perakitan gambar, video, dan program audio (seperti di situs pertukaran foto, video, atau musik), atau menyusun profil pribadi dan memproduksi pesan dan gambar di situs jejaring sosial. Kegiatan-kegiatan ini sebelumnya membutuhkan keterampilan profesional. Namun demikian, perangkat lunak yang dapat diakses di web sekarang ini tampaknya menawarkan kesempatan kepada hampir setiap orang untuk mengembangkan keterampilan amatir untuk aktivitas ini. Perangkat lunak ini sering kali terlihat sederhana, membuat pengguna percaya bahwa mereka dapat memberikan kontribusi yang efektif pada web. Dalam buku ini, kami akan berargumen bahwa konten buatan pengguna yang efektif di Internet membutuhkan keterampilan digital yang harus dipelajari.

f. *Strategic skills*. Keterampilan ini mengacu pada kemampuan untuk menggunakan media digital sebagai sarana untuk tujuan pribadi atau profesional tertentu. Misalnya, ketika menggunakan salah satu dari sekian banyak aplikasi Internet, seseorang harus membuat pilihan secara terus menerus. Contohnya seperti membandingkan harga di e-commerce atau membuat reservasi untuk penerbangan termurah dan paling nyaman. Keterampilan strategis juga merupakan keterampilan yang berhubungan dengan konten. Terkait dengan Internet, keterampilan strategis ini dapat disebut sebagai keterampilan Internet yang lebih tinggi bersama dengan keterampilan informasi dan komunikasi. Keterampilan Internet yang lebih rendah adalah “sekadar” menjelajah dan menavigasi serta mengoperasikan perangkat lunak Internet (Van Dijk & Van Deursen, 2014).

Keenam jenis keterampilan tersebut paling baik dicirikan oleh perbedaan antara keterampilan yang berhubungan dengan media dan keterampilan yang berhubungan dengan konten. Keterampilan yang berhubungan dengan media mencakup teknis penggunaan media, yang terlihat jelas dalam keterampilan operasional dan formal, sedangkan keterampilan yang berhubungan dengan konten mencakup aspek-aspek yang berhubungan dengan konten yang disediakan oleh media, yang terlihat jelas dalam informasi, komunikasi, pembuatan konten, dan keterampilan strategis. Perbedaan ini bersifat berurutan dan bersyarat. Dengan kata lain, keterampilan-keterampilan tersebut muncul setelah dan di atas satu sama lain. Misalnya, melakukan keterampilan yang berhubungan dengan konten membutuhkan penguasaan keterampilan yang berhubungan dengan media, dan keterampilan strategis tidak akan efektif tanpa penguasaan keterampilan informasi dan komunikasi (Van Dijk & Van Deursen, 2014).

### 1.2.2. Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber yang disajikan melalui komputer. Paul Gilster dalam bukunya *Digital Literacy* mendefinisikan literasi digital sebagai "kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber ketika disajikan melalui komputer" (Gilster, 1997). Definisi ini menekankan pentingnya pemahaman dan penggunaan informasi yang disampaikan secara digital. Selain itu, literasi digital juga mencakup kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi menggunakan teknologi digital secara efektif. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya melibatkan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital, tetapi juga kemampuan kritis dalam menilai informasi dan berkomunikasi secara efektif di dunia digital.

Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam menggunakan teknologi digital, tetapi juga pemahaman tentang etika digital dalam interaksi online. Menurut Devri Suherdi (2021) dalam bukunya *Peran Literasi Digital di Masa Pandemi*, literasi digital mencakup kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan membuat konten digital dengan bijak dan cerdas (Suherdi et al., 2021). Aspek ini berkaitan erat dengan etika digital, yang mengacu pada prinsip-prinsip moral dan norma yang mengatur perilaku pengguna dalam dunia digital.

Penjelasan mengenai hubungan literasi digital dengan etika digital adalah sebagai berikut:

- a. Kemampuan menilai kredibilitas informasi  
Individu yang memiliki literasi digital tinggi akan lebih mampu memilah informasi yang benar dan menghindari penyebaran hoaks, sesuai dengan prinsip kejujuran digital.
- b. Penggunaan konten digital yang bertanggung jawab  
Literasi digital yang baik mengajarkan pengguna untuk menghargai hak cipta dan privasi, menghindari plagiarisme, serta mencantumkan sumber yang valid.
- c. Interaksi digital yang beretika  
Dalam komunikasi online, etika digital mengajarkan pentingnya kesopanan, toleransi, dan tidak melakukan cyberbullying.
- d. Keamanan digital dan perlindungan data pribadi  
Etika digital mendorong pengguna untuk menjaga keamanan informasi pribadi mereka sendiri maupun orang lain, serta tidak menyalahgunakan data pribadi orang lain.

Dengan demikian, literasi digital tanpa kesadaran etika dapat berdampak negatif, seperti penyebaran informasi palsu, perundungan daring, dan pelanggaran hak privasi. Oleh karena itu, literasi digital berbasis etika sangat penting dalam membangun budaya digital yang sehat dan bertanggung jawab.

### 1.2.3. Konten

Konten merupakan salah satu unsur komunikasi yang sangat penting yang mencakup segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol dan dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna (Cangara, 2017). Menurut Gahrn, konten merupakan sesuatu yang dapat disampaikan dan dapat berupa teks, gambar, suara, video, bahasa lisan, matematika, simbol, kode morse, musik, bahasa tubuh, dan lain-lainnya (Namira et al., 2023). Menurut Lin C, Wu YS, Chen JCV, terdapat tiga dimensi konten (Namira et al., 2023), yaitu:

- a. *Quality*. Didefinisikan sebagai kualitas konten ulasan. Jika ditinjau dari karakteristik informasi itu sendiri meliputi bermacam hal seperti relevansi, mudah dipahami, apa adanya, dan objektif.
- b. *Quantity*. Mencerminkan popularitas suatu barang atau jasa. Sama halnya dengan memberitahu konsumen bahwa banyak orang telah membeli barang atau jasa yang bersangkutan. Popularitas suatu produk atau jasa dapat ditentukan dari jumlah komentar atau banyaknya penonton karena dianggap mewakili kinerja pasar suatu produk.
- c. *Sender's Expertise*. Kredibilitas sumber yaitu pandangan penerima informasi tentang sumber keahlian (*source of experience*) dan kepercayaan terhadap informasi.

Merujuk pada dimensi konten menurut Lin C et.al, konten mencakup tiga hal, yaitu kualitas, kuantitas, dan kredibilitas sumber (komunikator).

### 1.2.4. Story

*Story*, lebih tepatnya menggambarkan peristiwa inti yang penting dalam semua kisah yang pernah diceritakan dalam sejarah umat manusia dapat diungkapkan dalam tiga kata saja: Konflik mengubah kehidupan. Oleh karena itu, definisi utamanya adalah: eskalasi dinamis dari peristiwa-peristiwa yang dipicu oleh konflik yang menyebabkan perubahan berarti dalam kehidupan seorang tokoh. Mc.Kee menambahkan, *story* tidak dapat disimpulkan dalam satu waktu, *story* bukanlah sebuah proses, isi pesan di dalam *story* terus berkembang. *Story* bukanlah narasi, kedua hal ini berbeda. Narasi cenderung berupa pembacaan peristiwa yang datar, hambar, berulang-ulang, dan membosankan. Sedangkan *story* mempunyai muatan nilai dan *progresif*. Pikiran mencakup sebuah kisah yang diceritakan dengan baik, imajinatif, melekat, dan menggairahkan pilihan konsumen (Mc.Kee & Gerace, 2018).

Mengacu pada konsep yang telah diuraikan di atas maka pada program PkM ini, strategi penguatan literasi digital untuk pembuatan konten etis yang akan dilakukan adalah:

- a. Pelatihan pembuatan konten *storytelling* yang positif  
Mengajarkan teknik pembuatan konten yang menarik namun tetap etis, seperti *storytelling* yang inspiratif, edukasi digital, dan konten berbasis fakta.
- b. Edukasi tentang regulasi dan etika digital  
Memperkenalkan hukum terkait penggunaan internet dan media sosial, termasuk hak cipta, perlindungan data pribadi, dan anti-hoaks.
- c. Pendampingan dalam penggunaan media sosial secara bijak  
Membantu remaja dalam mengelola akun media sosial mereka dengan strategi branding personal yang positif dan bertanggung jawab.
- d. Kampanye digital tentang literasi digital dan etika bermedia sosial  
Mendorong remaja untuk menjadi agen perubahan dengan menyebarkan informasi yang benar dan membangun budaya digital yang sehat.

Dengan pendekatan ini, literasi digital tidak hanya membantu remaja menghindari risiko negatif di media sosial, tetapi juga mengembangkan keterampilan yang dapat mereka manfaatkan untuk masa depan.

### 1.3. Solusi Yang Ditawarkan

#### 1.3.1. Teknik *Storytelling* Berbasis *Ethical Digital Literacy*

Teknik *storytelling* muncul sebagai metode yang efektif untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. *Storytelling* bukan hanya sekadar teknik bercerita, tetapi juga merupakan alat komunikasi yang mampu membangun kesadaran, empati, dan perubahan sikap. Dalam konteks *ethical digital literacy*, *storytelling* dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran remaja khususnya siswa SMA akan pentingnya etika dalam bermedia sosial serta menginspirasi mereka untuk menggunakan platform digital secara lebih bertanggung jawab. Berikut adalah penjelasannya:

a. *Storytelling* untuk melawan hoaks dan meningkatkan literasi digital

Salah satu tantangan terbesar di era digital adalah penyebaran hoaks. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), sejak Agustus 2018 hingga akhir 2023, telah ditangani sebanyak 12.547 konten yang berisikan berita bohong atau hoaks (Sakina, 2024). Untuk mengatasi masalah ini, *storytelling* dapat digunakan sebagai alat edukasi yang efektif. Misalnya, seorang kreator konten bisa membuat serial video pendek di TikTok atau Instagram Reels yang menceritakan pengalaman seorang remaja yang tanpa sengaja menyebarkan berita palsu, lalu menghadapi dampak negatifnya. Dalam alur cerita tersebut, bisa ditampilkan bagaimana ia belajar melakukan *fact-checking* dengan menggunakan sumber tepercaya seperti cekfakta.com atau fitur verifikasi di Google. Dengan menghadirkan kisah yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, *storytelling* mampu menarik perhatian remaja lebih efektif dibandingkan sekadar memberikan peringatan dalam bentuk teks panjang atau peraturan formal yang kaku.

b. Mengatasi *cyberbullying* dan ujaran kebencian dengan narasi yang berempati

*Cyberbullying* dan ujaran kebencian adalah dua fenomena negatif yang semakin sering terjadi di dunia maya. Laporan dari Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) mencatat bahwa dalam kurun waktu 9 tahun, dari 2011 sampai 2019, ada 37.381 pengaduan kekerasan terhadap anak (Abdussalam, 2020). Menggunakan teknik *storytelling*, kampanye digital yang menampilkan perspektif korban *cyberbullying* dapat memberikan dampak emosional yang kuat bagi audiens. Sebuah video atau utas Twitter yang menceritakan kisah nyata korban perundungan online, lengkap dengan perasaan dan dampak psikologis yang dialaminya, akan lebih menyentuh hati penonton dan mengajak mereka untuk berpikir ulang sebelum meninggalkan komentar negatif di media sosial. Tak hanya dari sisi korban, *storytelling* juga bisa dibuat dari sudut pandang pelaku *cyberbullying*. Misalnya, sebuah cerita tentang seorang remaja yang awalnya menganggap ujaran kebencian sebagai candaan, tetapi kemudian menyadari dampak buruknya setelah melihat temannya mengalami depresi. Dengan demikian, *storytelling* menjadi alat refleksi yang efektif untuk membangun empati dan menanamkan pemahaman tentang etika digital.

c. Mencegah penyalahgunaan akun palsu dan identitas palsu

Penggunaan akun palsu untuk tujuan negatif, seperti menyebarkan kebohongan atau melakukan tindakan penipuan, semakin marak di kalangan remaja. Fenomena ini sering kali terjadi karena kurangnya pemahaman tentang konsekuensi hukum dan etika digital. Melalui *storytelling*, edukasi mengenai bahaya akun palsu bisa dikemas dalam bentuk mini-drama di YouTube atau serial komik digital di Instagram. Misalnya, cerita tentang seorang remaja yang membuat akun palsu untuk menyamar sebagai orang lain dan akhirnya berhadapan dengan hukum akibat perbuatannya. Kisah ini dapat memberikan pesan bahwa dunia digital memiliki jejak yang bisa ditelusuri, dan tindakan tidak etis di media sosial bisa berujung pada konsekuensi serius.

d. Memanfaatkan *storytelling* untuk konten positif dan produktif

Selain untuk melawan hoaks, *cyberbullying*, dan akun palsu, *storytelling* juga bisa digunakan untuk mempromosikan penggunaan media sosial yang lebih produktif. Saat ini, banyak remaja yang menghabiskan waktu berjam-jam di media sosial hanya untuk *scrolling* tanpa tujuan, tanpa menyadari bahwa mereka bisa menggunakan platform yang sama untuk hal yang lebih

bermanfaat. Teknik *storytelling* bisa diterapkan dalam kampanye edukasi untuk menunjukkan bagaimana seorang remaja bisa menggunakan TikTok atau Instagram sebagai alat untuk:

- 1) Membagikan cerita inspiratif tentang pengalaman mereka dalam belajar atau mengikuti kompetisi.
- 2) Menyebarkan kisah sukses remaja lain yang menggunakan media sosial untuk membangun bisnis kecil-kecilan.
- 3) Membantu teman-teman sebaya dengan konten edukatif, seperti tips belajar yang menarik atau tutorial keterampilan baru.

Sebuah cerita yang menggambarkan seorang siswa yang awalnya kecanduan media sosial tanpa tujuan, tetapi kemudian menemukan cara untuk memanfaatkannya secara positif, bisa menjadi motivasi bagi remaja lainnya untuk melakukan hal serupa.

- e. Mengedukasi teknik *storytelling* kepada remaja untuk menjadi kreator digital yang bertanggung jawab

Agar *storytelling* berbasis literasi digital etis dapat diterapkan secara luas, penting untuk membekali remaja dengan keterampilan dasar dalam membuat konten yang bertanggung jawab. Sekolah bisa menyelenggarakan workshop tentang cara membuat konten *storytelling* yang menarik dan berbasis etika, seperti:

- 1) Teknik menulis narasi digital: cara menyusun cerita yang menarik di media sosial.
- 2) *Visual storytelling*: penggunaan video, ilustrasi, dan infografis untuk menyampaikan pesan.
- 3) Berpikir kritis dalam *storytelling*: Mengajarkan bagaimana menyaring informasi sebelum membagikannya.

Jika lebih banyak remaja memahami cara bercerita yang baik dan memiliki kesadaran tentang etika digital, media sosial dapat menjadi ruang yang lebih positif dan inspiratif. Teknik *storytelling* memiliki potensi besar dalam membentuk ekosistem media sosial yang lebih sehat di kalangan remaja SMA. Jika lebih banyak remaja memahami cara bercerita yang baik dan memiliki kesadaran tentang etika digital, media sosial dapat menjadi ruang yang lebih positif dan inspiratif. Teknik *storytelling* memiliki potensi besar dalam membentuk ekosistem media sosial yang lebih sehat di kalangan remaja SMA. Dengan pendekatan yang menarik dan *relatable*, *storytelling* dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran akan hoaks, *cyberbullying*, *fake account*, serta pentingnya memanfaatkan media sosial secara lebih produktif. Agar teknik ini dapat memberikan dampak yang lebih luas, dibutuhkan kerja sama antara akademisi, pihak sekolah, keluarga, dan komunitas digital untuk memberikan edukasi yang berkelanjutan mengenai *ethical digital literacy*. Dengan begitu, remaja tidak hanya menjadi konsumen media sosial, tetapi juga kreator yang mampu menyebarkan nilai-nilai positif melalui cerita yang mereka buat.

## 2. METODE

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang *ethical digital literacy*, menyusun konsep pesan untuk konten media sosial, dan mempraktekkan cara membuat konten inovatif dengan teknik *storytelling*. Berikut adalah tahapan pelaksanaan program:

- a. Perencanaan Program
  - 1) Analisis situasi atas fenomena dan permasalahan mitra
  - 2) Menentukan khalayak sasaran program
  - 3) Menyusun proposal
  - 4) Menyusun materi dalam bentuk gambaran Iptek
  - 5) Mempersiapkan alat peraga
- b. Implementasi Program
  - 1) Menyampaikan materi tentang *ethical digital literacy*, konten media sosial, dan konten *storytelling*
  - 2) Melakukan pendampingan dalam menyusun konsep pesan untuk konten media sosial dengan pendekatan *storytelling*

- 3) Melakukan pendampingan praktik langsung membuat konten *storytelling*
- c. Evaluasi Program
  - 1) Melakukan monitoring kemampuan siswa dalam membuat konten *storytelling*
  - 2) Melakukan evaluasi keberhasilan program
  - 3) Menyusun laporan
  - 4) Pulikasi

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Kegiatan

Terselenggaranya kegiatan ini telah melalui prosedur kerja yang terdiri dari 3 tahapan. Pada pra program, tim pengabdian melakukan analisis situasi atas fenomena sosial, permasalahan, dan solusinya yang telah dituangkan dalam proposal pengabdian masyarakat. Kemudian, tim pengabdian melakukan pemetaan khalayak sasaran. Selanjutnya adalah tahapan implementasi program, yaitu penyampaian materi oleh tim pengabdian yang memiliki kompetensi pada bidang marketing communication karena kegiatan ini membahas tentang social media marketing. Mekanisme program dilakukan dengan metode ceramah interaktif. Agenda kegiatan dilaksanakan pada tanggal 23 April 2025 di SMA YUPPEN TEK 1 Tangerang. Pada tahap akhir yaitu finalisasi program, tim pengabdian menyusun laporan pengabdian masyarakat dan pertanggung jawaban anggaran kegiatan.

Terkait evaluasi program, peserta mengisi kuesioner. Berikut adalah tabel evaluasi hasil olah data pendapat responden:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Program

No	Komponen Evaluasi	Pendapat Responden		
		SS	S	TS
1	Kegiatan ini dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi siswa/i SMA/K dengan memanfaatkan keahlian sivitas akademik yang relevan	43	46	
2	Pengabdian masyarakat ini dapat memanfaatkan teknologi tepat guna	52	37	
3	Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi	52	37	
4	Kegiatan ini dapat berguna sebagai bahan ajar atau modul pelatihan untuk pengayaan sumber belajar	48	40	1
5	Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat meningkatkan kompetensi	39	50	
6	Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat meningkatkan pengetahuan	54	35	
7	Kegiatan ini dapat meningkatkan kreativitas	41	47	1
8	Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat merubah perilaku kearah yang positif	44	45	
9	Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini memberikan ilmu tentang media digital dan lingkungan	50	39	
10	Melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini kita dapat bergabung dalam komunitas-komunitas yang bermanfaat	40	48	1
11	Melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini kita mampu memanfaatkan aplikasi agar dapat berkomunikasi dengan keluarga, teman, dan kerabat	44	45	
12	Kegiatan ini dapat meningkatkan mutu lingkungan	34	53	2
13	Kegiatan ini menggunakan Teknologi/jaringan yang memadai	50	38	1

14	Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini proses Presentasi Narasumber jelas dan memenuhi kebutuhan peserta	48	39	2
15	Suasana pada Kegiatan Pengabdian Masyarakat kondusif untuk menambah pengetahuan peserta	45	42	2
16	Kegiatan kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bermanfaat bagi siswa/i SMA/K	48	41	
17	Kegiatan kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memenuhi target kerjasama	37	51	1

Sumber: Hasil olah data pendapat responden

### 3.2. Pembahasan

Pada dasarnya peserta menyadari adanya dampak negatif dari penggunaan media sosial, baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Kampanye-kampanye literasi digital juga diakui pernah lewat di media sosial, namun peserta mengakui adanya kesadaran dalam pengendalian diri untuk tidak me-repost konten-konten negatif, ujaran kebencian, dan *hoax*. Mereka cenderung melewati dan enggan mengikuti lebih lanjut, serta tidak tertarik untuk mencari kebenaran atas informasi yang terkandung dalam konten tersebut.

Konten itu sendiri merupakan pesan yang mencakup simbol dan dipersepsi oleh khalayak dalam serangkaian makna (Cangara, 2017). Namun, sebagai komunikan, peserta cenderung menggunakan media sosial sebatas pencarian informasi terkait hobi, informasi terupdate, dan status teman. Sementara, sebagai komunikator, penggunaan media sosial peserta adalah untuk mengunggah foto dan video kegiatan yang menurutnya perlu didokumentasikan dan di-*share*, memancing obrolan teman atau *followers* terkait tren-tren tertentu, serta unggahan tentang suatu kejadian yang menarik bagi mereka (*citizen journalism*), maupun *repost* konten agar diketahui oleh target audiens-nya. Selain itu, peserta mengakui belum berniat untuk membuat konten secara profesional terkait tema-tema tertentu. Peserta sebelumnya tidak mengetahui bahwa konten media sosial memiliki tiga dimensi penting, yaitu *quality*, *quantity*, dan *sender's expertise* (Namira et al., 2023).

Melihat pentingnya konten yang mencakup tiga aspek tersebut, maka siswa sebagai pengguna media sosial harus memiliki kemampuan dalam menciptakan konten yang kreatif, informatif, edukatif, dan inovatif. Terdapat beberapa jenis konten berdasarkan formatnya, yaitu konten tulisan, konten visual, konten audio, konten audiovisual, dan konten infografis yang dapat dijadikan media promosi yang dapat dimaksimalkan.

Peserta mengakui belum terpikirkan untuk membuat konten secara profesional terkait tema-tema tertentu. Diantara *digital skills* (Van Dijk & Van Deursen, 2014), dalam akses teknologi digital siswa mengakui bahwa mereka memiliki kekhawatiran akan *communication skills* dan *strategic skills*, terutama bagi peserta yang merasa kurang percaya diri untuk tampil di layar maupun belum terbiasa dalam berpikir kritis. Sedangkan *operational skills* dalam penggunaan fitur-fitur bermedia sosial telah dikuasai. Sementara meyakini bahwa *skills* lainnya seperti *formal skills*, *information skills*, dan *content creator skills* akan bertumbuh dan dapat dikembangkan apabila peserta sering dan terbiasa membuat konten.

Pembuatan konten *storytelling* menjadi tantangan tersendiri bagi peserta. Terlebih pemahaman peserta tentang *story* yang baru saja diperoleh dari materi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. Peserta beranggapan bahwa *story* adalah suatu cerita biasa, menceritakan kejadian yang baru saja dialami, menceritakan isi hati, dan pengalaman orang lain. Sementara, *story* berdasarkan konsep adalah bukan narasi, melainkan gambaran peristiwa inti yang penting dalam semua kisah yang pernah diceritakan dalam sejarah umat manusia (Mc.Kee & Gerace, 2018).

Meskipun demikian, peserta telah berusaha sebaik mungkin pada saat praktik pembuatan konten. Salah satu peserta tertarik untuk membuat konten tentang tren 'Ngopi' bagi remaja, siswa tersebut mencari tau terlebih dulu dasar filosofi dari Kopi, dan cerita dibalik itu sehingga Kopi ini

tidak sebatas minuman, melainkan ritual 'Ngopi' sebagai fenomena budaya. Oleh karena itu, kopi memiliki makna yang dalam, seperti perasaan emosional saat 'me-time', tren dalam ruang sosial dan komunitas, simbol kedewasaan (remaja menuju dewasa), serta menjadi bagian dari *lifestyle*. Pada akhirnya, siswa menemukan suatu narasi tentang 'Ngopi' sebagai simbol zaman. Setelah memperoleh informasi yang cukup tentang Kopi, peserta melanjutkan membuat bahan narasi untuk selanjutnya disampaikan kepada audiens dalam bentuk konten *storytelling* pada akun media sosial peserta.

#### 4. KESIMPULAN

Aktivitas kegiatan dapat berlangsung dengan optimal, dimulai dari proses pembukaan, penyampaian materi, diskusi interaktif, evaluasi dan penutupan. Materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens, antusiasme peserta dan respon melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada tim pengabdian. Setelah memaparkan materi, peserta diminta untuk melaksanakan praktek untuk membuat konten *storytelling* yang memuat dasar *Ethical Digital Literacy* seperti strategi memperoleh prestasi berdasarkan pengalaman, serta trik-trik mengelola *mental health* bagi anak tertua di keluarga. Selain itu, peserta juga diajak membuat konten sederhana (*caption/story/post*) dengan pendekatan *storytelling* menggunakan topik yang relevan dengan kehidupan mereka, seperti pertemanan, semangat belajar, atau isu lingkungan.

Materi ini tepat sasaran, terutama bagi peserta yang aktif membuat konten di media sosial. Selain itu, pemahaman *storytelling* bagi siswa tidak hanya terkait siswa sebagai komunikator (pembuat konten), namun materi program ini juga menyampaikan pesan agar bijak menjadi netizen dalam mencerna informasi. Sebagian siswa mengakui bahwa mereka baru menyadari konten-konten di media sosial yang cenderung lengkap memberikan informasi adalah konten *storytelling*, sehingga siswa dapat memahami pesan-pesan di media sosial secara utuh, ketimbang konten dalam bentuk sebatas poster dan tulisan. Mereka juga mengakui, dengan *storytelling*, emosi konten kreator dapat di-*deliver* dengan baik sehingga mempengaruhi emosi mereka sebagai audiens.

Kegiatan diikuti dengan antusias, dan menunjukkan keterlibatan aktif selama diskusi dan praktik berlangsung. Hasil kegiatan yang diperoleh adalah: 1) peserta memahami konsep dasar literasi digital etis, seperti kejujuran informasi, menghormati privasi, dan bertanggung jawab atas konten; 2) siswa mampu menyusun narasi personal yang menggugah dalam bentuk konten digital; dan 3) peningkatan kesadaran terhadap pentingnya *storytelling* yang mendidik, menginspirasi, dan tidak mengandung unsur hoaks, ujaran kebencian, atau pelanggaran privasi.

Pada akhir materi, tim PPM melakukan evaluasi melalui pertanyaan-pertanyaan terkait penerimaan peserta atas materi yang disampaikan. Siswa menyatakan bahwa konten *storytelling*: 1) memungkinkan meningkatnya daya tarik dan keterlibatan emosional; 2) memudahkan penyampaian pesan dan nilai-nilai etis; 3) membantu membentuk identitas siswa sebagai pembuat konten; 4) berharap dapat mempengaruhi audiens dan mendorong perubahan perilaku pada isu-isu sosial dan lingkungan; dan 5) berbeda dari konten-konten pada umumnya.

Selain manfaat tersebut di atas, siswa juga mengutarakan keraguan untuk membuat konten *storytelling*, karena: 1) sebagai konten kreator untuk *storytelling* harus lebih percaya diri, memiliki *skills public speaking*, dan dituntut untuk kreatif; 2) konten kreator harus berbekal data-data sebelum menyusun narasi; 3) proses pembuatan konten menjadi lebih sulit, karena harus melalui *video editing*, dan tidak semudah editing materi dalam bentuk tulisan; dan 4) tidak cocok bagi siswa yang tidak terbiasa berpikir kritis.

#### DAFTAR PUSTAKA

Abdussalam, M. S. (2020). *Sejumlah Kasus Bullying Sudah Warnai Catatan Masalah Anak di Awal 2020, Begini Kata Komisioner KPAI*. Jabar.Tribunnews.Com. <https://jabar.tribunnews.com/2020/02/08/sejumlah-kasus-bullying-sudah-warnai-catatan-masalah-anak-di-awal-2020-begini-kata-komisioner-kpai>

- Agustina, A., Adha, M. M., & Mentari, A. (2023). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik. *Mindset : Jurnal Pemikiran Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(2), 52–64. <https://doi.org/10.56393/mindset.v3i2.1696>
- Andari, Y. M., Azahra, P. F., Sinaga, E. M., & Prawitri, A. L. (2023). Cyberbullying di media sosial tiktok terhadap remaja sekolah menengah pertama. *Jurnal Common*, 7(1), 33–44.
- APJII. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Press.
- Fakhri, M. (2022). *Penyalahgunaan Media Sosial untuk Melakukan Kejahatan*. Kompasiana.Com. [https://www.kompasiana.com/090\\_muhamadfakhri8191/62851c733623ae656c27c325/penyalahgunaan-media-sosial-untuk-melakukan-kejahatan](https://www.kompasiana.com/090_muhamadfakhri8191/62851c733623ae656c27c325/penyalahgunaan-media-sosial-untuk-melakukan-kejahatan)
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kakung, N. (2020). *Membuat Storytelling yang Ampuh di Media Sosial*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/ndoro-kakung/membuat-storytelling-yang-ampuh-di-media-sosial-1tlwRHjPL4>
- Mc.Kee, R., & Gerace, T. (2018). *Storynomics: Story-Driven Marketing in The Post-Advertising World*. Twelve -Hachette Book Group.
- Namira, A. A., Gunadi, I. M. A., & Nurhidayati, H. (2023). Mengenal Preferensi Minat Berkunjung Wisatawan Perempuan: Pengaruh Konten Tiktok terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Perempuan ke Destinasi Wana Wisata Ranca Upas Bandung. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 5(1), 1–7.
- Nurhidayah, T. . A. (2023). *Mengapa Pentingnya Literasi Digital dalam Era Digital?* Perpusda.Lampungprov.Go.Id. <https://perpusda.lampungprov.go.id/detail-post/mengapa-pentingnya-literasi-digital-dalam-era-digital?>
- Rasidi, R. (2023). *Teknologi Makin Mendarah Daging, Ini 5 Alasan Pentingnya Literasi Digital bagi Siswa*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5384190/teknologi-makin-mendarah-daging-ini-5-alasan-pentingnya-literasi-digital-bagi-siswa>
- Sakina, P. (2024). *Hingga akhir 2023, Kemenkominfo tangani 12 ribu lebih hoaks*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/3898749/hingga-akhir-2023-kemenkominfo-tangani-12-ribu-lebih-hoaks>
- Suherdi, D., Rezky, S. F., Apdilah, D., Sinuraya, J., Sahputra, A., Syahputra, D., & Wahyuni, D. (2021). *Peran Literasi Digital di Masa Pandemi*. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Syifa, S. F., Nur Istirohmah, A., Lestari, P., & Nur Azizah, M. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal BELAINDIKA (Pembelajaran Dan Inovasi Pendidikan)*, 5(1), 21–27. <https://doi.org/10.52005/belaindika.v5i1.100>
- Van Dijk, J. A. G. ., & Van Deursen, A. J. A. . (2014). *Digital Skills: Unlocking The Information Society*. Palgrave Macmillan.