

Pendekatan Persuasif untuk Generasi Digital yang Terampil dan Produktif di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta

A Persuasive Approach for a Skilled and Productive Digital Generation in Sukorame Neighborhood Mangunan Yogyakarta

Dyaloka Puspita Ningrum

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Widy Mataram, Yogyakarta, Indonesia

dyalokapuspita@yahoo.co.id

Riwayat Artikel: Dikirim 9 Juli 2022; Diterima 13 November 2022; Diterbitkan 30 November 2022

Abstrak

Generasi *digital natives* menjadi sebuah istilah baru yang sudah cukup populer terdengar ditelinga publik, terutama untuk mereka yang lahir di tengah-tengah perkembangan internet dan dunia digital. Media sosial pun bahkan merupakan salah satu produk dari pertumbuhan digitalisasi yang telah menjelma sebagai media alternatif dengan segala kebermanfaatannya. Namun tidak dapat dipungkiri, fenomena yang ada menunjukkan bahwa para penggunanya cenderung mengabaikan etika bermedia itu sendiri. Sehingga dibutuhkan pendekatan persuasif terutama untuk mereka yang berusia masih sangat belia, termasuk terhadap kelompok karang taruna di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta. Kegiatan ini diikuti sebanyak 20 orang peserta yang terdiri dari para pemuda berusia 16 – 30 tahun dengan tujuan agar kelompok tersebut dapat menjadi sumber daya manusia yang mampu menghadapi persaingan di tengah industri kreatif saat ini. Menggunakan metode ceramah, tanya jawab dan praktik secara langsung para peserta diajak untuk semakin produktif dengan sejumlah topik pembahasan seperti: strategi menarik dalam pembuatan *curriculum vitae*, pembuatan konten podcast sebagai media komunikasi alternatif, serta tata cara penulisan opini populer yang dikemas sedemikian rupa dan disampaikan sekomunikatif mungkin. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa adanya urgensi terhadap para peserta di lokasi tersebut karena belum pernah sama sekali mendapatkan pendekatan sekaligus pelatihan khususnya terkait literasi digital yang bahkan hampir sebagian besar masyarakatnya setiap hari sudah berinteraksi di dalam ranah digital itu sendiri. Adanya pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat menjadi manifestasi serta upaya serius dalam mengembangkan *soft skill* kaum muda di era digital yang terus berkelanjutan.

Kata kunci: Pendampingan Persuasif, Generasi Digital, Kampung Sukorame Mangunan

Abstract

The generation of digital natives has become a new term that is already quite popular in the ears of the public, especially for those who were born in the midst of the development of the internet and the digital world. Social media is even one of the products of the growth of digitalization which has been transformed as an alternative media with all its benefits. However, it cannot be denied, the existing phenomenon shows that users tend to ignore the ethics of media itself. So that a persuasive approach is needed, especially for those who are still very young, including the youth group in Kampung Sukorame Mangunan, Yogyakarta. This activity was attended by 20 participants consisting of youths aged 16-30 years with the aim that the group can become human resources capable of facing competition in the current creative industry. Using the lecture method, question and answer and direct practice, the participants are invited to be more productive with a number of discussion topics such as: interesting strategies in making curriculum vitae, creating podcast content as an alternative communication medium, as well as procedures for writing popular opinions that are packaged in such a way and delivered communicatively. possible. The results of the activity show that there is an urgency for the participants at the location because they have never received an approach as well as training, especially regarding digital literacy, which even most of the people interact with every day in the digital realm itself. This community service is expected to be a manifestation and serious effort in developing young people's soft skills in a sustainable digital era.

Keywords : *Persuasive Assistance, Digital Generation, Kampung Sukorame Mangunan*

PENDAHULUAN

Peradaban teknologi di bidang informasi dan komunikasi yang semakin pesat selalu menawarkan perubahan maupun pergeseran kegiatan yang dapat dilakukan antar manusia dimanapun mereka berada secara lebih modern dan aktif, termasuk kehadiran media sosial yang menjadi bagian dari salah satu produk media baru / *new media* yang berpengaruh terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh masyarakat (Ningrum, 2019).

Media baru yang secara khusus berintegritas dengan internet memberikan kemudahan akses bagi khalayak untuk mendapatkan informasi secara lebih efisien dan progresif. Sejumlah platform digital perlahan-lahan bertransformasi menjadi media alternatif dengan kebermanfaatannya yang cukup populer di berbagai kalangan masyarakat. Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.

Sedangkan menurut (Juditha C, 2018) media sosial merupakan sekumpulan saluran komunikasi online yang didedikasikan untuk input, interaksi, berbagi *content* serta kolaborasi berbasis komunitas tertentu. Aplikasi dan situs web yang didedikasikan untuk beberapa forum sosial, jejaring sosial, *microblogging* adalah beberapa diantaranya.

Keberadaan media sosial pun dapat dijadikan juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri para penggunanya, serta menutupi beberapa kesederhanaan media konvensional terdahulu. Di sisi lain, badai pandemi covid-19 yang terjadi hampir dua tahun belakangan memberikan identitas baru kepada publik yang dikenal dengan istilah “Warga Digital” akibat dampak konsumtif penggunaan media instan yang terus melaju pesat, bebas tanpa batas ruang dan waktu.

Peralihan kegiatan masyarakat mulai dari kegiatan belajar mengajar, bekerja, berjualan maupun mencari hiburan diri yang telah dimobilisasi secara online. Kondisi inipun serupa dengan Perspektif Pembelajaran Sosial dari Albert Bandura “*Mengamati dan Bertindak*”.

Teori pembelajaran sosial dalam Septarini (2015) mengatakan bahwa perilaku manusia muncul sebagai hasil pengamatan dan pengalaman. Di dalamnya ada proses belajar dan meniru atau menjadikan model tindakan orang lain melalui pengamatan terhadap orang tersebut.

Mengamati adalah pemodelan, yang mencakup pengamatan terhadap aktivitas-aktivitas yang benar, mengkodekan secara tepat kejadian-kejadian ini untuk dipresentasikan di dalam memori, melakukan performa aktual perilaku, dan menjadi cukup termotivasi. Pembelajaran dengan bertindak mengizinkan seseorang untuk mencapai pola-pola baru perilaku kompleks lewat pengalaman langsung dengan memikirkan dan mengevaluasi konsekuensi-konsekuensi perilaku tersebut.

Berdasarkan data *We Are Social* di tahun 2022 menyatakan bahwa laju penggunaan internet (dari 202,6 juta pengguna menjadi 204,7 juta pengguna) dan penggunaan media sosial (dari 170 juta pengguna menjadi 191,4 juta pengguna) di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Kondisi ini serupa dengan Pendekatan *Uses and Gratification Theory* (dalam Nurudin, 2017) yang menyatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk serta menggunakan media tersebut dalam proses untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Isu digitalisasi seiring waktu terus dianggap sebagai fenomena yang “lebih personal, lebih profesional, maupun lebih global” karena *up to date* dalam berbagi informasi dan berita (si serba cepat).

Namun memang di tengah revolusi industri 4.0, perluasan informasi publik merupakan keniscayaan yang semakin sulit dihindari dan turut memunculkan sebuah terpaan serta ancaman lain atas bencana global yang sedang terjadi saat ini, khususnya terkait informasi palsu / *hoax* yang tidak diseimbangi dengan data maupun fakta yang valid. Selain itu dilema yang hadir pun, masyarakat masih sering kali keliru dalam memahami keberadaan sejumlah media massa yang benar-benar kredibel dan independen.

Menurut UNSECO dalam publikasinya berjudul *“Journalism, Fake News and Disinformation”* (2018) ada 3 jenis kecacauan informasi yang menjadi tantangan publik dalam bermedia, diantaranya : (a) miss informasi / informasi yang memang tidak benar atau tidak akurat, namun orang yang menyebarkannya berkeyakinan bahwa informasi tersebut sah dan dapat dipercaya, (b) disinformasi / informasi yang juga tidak benar namun memang direkayasa sedemikian rupa oleh pihak-pihak yang berniat membohongi masyarakat, sengaja ingin mempengaruhi opini publik dan lantas mendapatkan keuntungan tertentu darinya, dan (c) malinformasi / informasi yang memang memiliki cukup unsur kebenaran, baik berdasarkan penggalan atau keseluruhan fakta objektif. Akan tetapi penyajiannya dikemas sedemikian rupa untuk melakukan tindakan yang merugikan bagi pihak lain atau kondisi tertentu, ketimbang berorientasi pada kepentingan publik.

Menyikapi hal tersebut tentu saja publik di masa sekarang harus dituntut untuk tidak hanya berfokus pada kesiapan fisik saja, melainkan juga pada kesiapan mental dalam mengelola setiap informasi yang beredar guna mengurangi resiko bermedia, termasuk pada masyarakat di Kampung Sukarame Mangunan Yogyakarta. Meskipun berada di daerah pinggiran, Kampung Sukarame Mangunan Yogyakarta menjadi salah satu wilayah yang berpotensi

untuk dikembangkan bahkan sampai ke tingkat mancanegara sekalipun, menariknya sejumlah informasi terkait kawasan tersebut dapat diakses di berbagai platform digital manapun.

Kampung Sukarame Mangunan Yogyakarta terbilang cukup sering dikunjungi oleh pihak luar atas pesona wisata alamnya yang sangat memikat, seperti: Hutan Pinus, Taman Buah, Seribu Batu Songgo Langit, Rumah Hobit dan masih banyak lainnya. Sebagai daerah tujuan wisata tentu saja kampung tersebut memiliki tingkat penggunaan internet yang tinggi dan memadai, sehingga keadaan itupun harus dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin. Peran dan partisipasi kelompok masyarakat khususnya melalui keterlibatan karang taruna yang notabene terdiri dari kaum muda dapat dijadikan pioner untuk semakin cakap digital dalam menerima, mengola, mengevaluasi informasi maupun berkomunikasi dengan pengguna lainnya di tengah arus konvergensi saat ini.

Program Literasi Digital Nasional di setiap Kabupaten Kota dengan 4 pilar tema besar seperti: fotografi dan videografi, media sosial, *public speaking*, tangkas digital dan tular nalar, telah diluncurkan juga secara gratis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI tepatnya pada bulan Mei tahun 2021 lalu (*sumber kominfo.go.id, diakses pada tanggal 23 Desember 2021*).

Berangkat dari keadaan diatas, maka dibutuhkan sebuah kegiatan edukatif dan implementatif terhadap sasaran kelompok masyarakat, terutama atas publikasi yang cenderung banyak didominasi oleh kalangan remaja sebagai generasi digital.

Trend penggunaan media sosial yang semakin menjamur diharapkan tidak hanya sekedar menjadi media hiburan semata, disamping juga dapat menghasilkan sesuatu yang bernilai jual, berkualitas dan bersifat konstruktif untuk para penggunanya sendiri atau bahkan untuk lingkungan sekitar.

Media sosial pun seiring waktu sudah menjadi gaya hidup kaum muda. Karang Taruna di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta menjadi kelompok sasaran yang perlu mendapatkan pendekatan dalam mengaktualisasikan dirinya di berbagai sarana virtual saat ini, terutama sebagai *creative people* dengan berbagai peluang yang ada di daerahnya.

Uniknya, industri kreatif itu sendiri di media sosial telah menjadi market yang terus memanjakan publik. Secara kritis kegiatan ini diharapkan dapat mendorong masyarakat lokal untuk bersama-sama dapat mengeksplorasi potensi diri maupun potensi di lingkungan sekitar sebaik dan seoptimal mungkin dengan memanfaatkan perkembangan teknologi di masa sekarang.

Tujuan Pengabdian

Berdasarkan analisis kebutuhan yang telah diuraikan diatas, maka tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membekali kelompok karang taruna di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta yang mampu menguasai informasi online dan mampu berdaya saing secara positif di berbagai media sosial populer terkini.

METODE

Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah anggota aktif kelompok karang taruna di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta yang hanya berjumlah 20 orang.

Menggunakan metode ceramah, tanya-jawab / diskusi dan praktik langsung meskipun secara virtual terhadap para partisipan yang hadir, penyampaian materi kegiatan diawali dengan melakukan identifikasi terlebih dahulu terutama melalui penyebaran lembar kuisisioner terkait tingkat pemahaman maupun penggunaan media sosial oleh para pemuda di lokasi tersebut. Sehingga dari hasil survei itu juga digunakan kembali untuk mengevaluasi keterlibatan serta tolak ukur produktifitas sumber daya

manusia di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta yang bahkan dalam implementasinya telah memanfaatkan media instagram *@pandusaka_org* sebagai salah satu platform digital untuk mengaktualisasikan keberadaan kelompoknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Widya Mataram Yogyakarta dengan tema “Dorong Kawula Muda yang Kreatif dalam Digitalisasi yang Berkelanjutan”, dilaksanakan pada tanggal 19 Juni 2022 pukul 09.30 – 12.30 WIB, yang diikuti oleh 20 orang peserta dengan usia sekitar 16 – 30 tahun secara daring melalui aplikasi zoom meeting.

Pandusaka merupakan nama kelompok karang taruna di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta yang dibentuk sejak tahun 2014 lalu. Organisasi kepemudaan tersebut terdiri dari para remaja (laki-laki dan perempuan) yang diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang bijak dan mampu menghadapi persaingan di dalam industri kreatif pada era sekarang, sekalipun mereka tinggal dan menetap di wilayah perdesaan.

Hal ini serupa dengan visi unit kerjanya yaitu “Mewujudkan Pemuda yang Berjiwa Sosial serta Mampu Menciptakan Generasi Muda yang Mandiri, Tangguh, Produktif, dan Berkualitas dalam Bermasyarakat”. Sehingga sejumlah materi penting terkait isu digitalisasi dan pemanfaatannya, seperti: (1) strategi menarik dalam pembuatan *curriculum vitae* / cv diri, (2) pembuatan konten podcast sebagai media komunikasi alternatif, serta (3) tata cara penulisan opini populer dikemas sedemikian rupa dan disampaikan sekomunikatif mungkin kepada para peserta yang hadir.

Gambar 1:
Silaturahmi tim pelaksana dengan
kelompok Karang Taruna Pandusaka



Sumber: Dokumen Pribadi Kegiatan Pengabdian
Kepada Masyarakat, Mei, 2022

Sebelum kegiatan berlangsung, ketua pengabdian terlebih dahulu melakukan silaturahmi dan koordinasi untuk membangun komunikasi yang lebih baik terhadap kelompok sasaran. Namun memang untuk semakin mengasah kemampuan *soft skill* para anggota Karang Taruna Pandusaka dalam ranah digital, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pun direalisasikan secara virtual yang pada prinsipnya tidak lepas dari esensi pesan yang disampaikan terutama berdasarkan urgensi yang terjadi di masa sekarang.

Menariknya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut semakin berwarna ketika sesi diskusi berupa tanya-jawab disambut secara baik oleh para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka atas rasa keingintahuannya mendalami setiap materi yang juga dianggap cukup *related* terjadi dalam aktifitas kehidupan sosial sehari-hari.

Mengawali jalannya kegiatan, pembukaan diiringi pula dengan menyanyikan lagu Kebangsaan Indonesia Raya yang diikuti oleh seluruh partisipan secara bersama-sama. Materi pertama terkait strategi pembuatan *curriculum vitae* / ringkasan biodata diri yang "*tricky*", tentu saja dipilih dengan banyak pertimbangan

khususnya dalam melihat peluang kerja yang semakin kompetitif.

Dari CV-lah biasanya akan dapat menggambarkan personifikasi seseorang yang bahkan dapat juga dijadikan sebagai "*Self Branding*" dalam memasarkan keahlian diri terhadap posisi kerja yang diinginkan. Seiring kemajuan jaman pembuatan CV pun sudah semakin kreatif, efektif serta lebih beragam. Sehingga menuntut setiap orang untuk dapat beralih membuat CV yang semakin unggul dan berkualitas ke versi lebih modern.

Anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka yang mayoritas sedang menempu pendidikan pada jenjang S1, SMA dan SMP di rasa perlu membangun *personal branding* yang kuat di berbagai macam mesin pencarian online saat ini.

Aulia Azizah adalah fasilitator pada materi pertama yang sekaligus menjadi salah satu anggota tim internal yang dipercaya untuk berbagi pengalaman pribadinya secara profesional dalam pembuatan CV tersebut. Latar belakang pekerjaan serta portofolio beliau sebagai *social media strategics* dan konten kreator "*milenial*" di beberapa perusahaan ternama di Kota Yogyakarta diharapkan dapat memotivasi para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka untuk dapat mengupgrade *soft-skill* nya masing-masing demi masa depan yang lebih cemerlang.

Fasilitator memaparkan bahwa keberadaan CV adalah sesuatu yang subjektif dan sudah menjadi syarat mutlak dalam orientasi kerja. Keberadaan CV itu sendiri ada 2 jenis, antara lain: (1) CV *Applicant Tracking System* / ATS, yaitu jenis riwayat hidup yang sering digunakan seseorang dengan tampilan pada umumnya. Mengapa demikian? karena pada jenis CV yang ini, para pelamar kerab menggunakan desain yang sangat minimalis (biasanya hanya berwarna hitam putih ataupun menggunakan font penulisan yang standar). Sedangkan (2) CV Kreatif, yaitu jenis riwayat hidup yang memiliki tampilan

sebaliknya. Jenis CV ini jauh lebih berwarna dan terkadang banyak menggunakan visualisasi yang cukup menarik. Sehingga sangat menuntut kreatifitas yang tinggi.

Format CV cukup disusun secara praktis serta sesederhana mungkin namun tetap bersifat informatif, misalnya: pendeskripsian terkait gambaran diri, kapasitas keahlian dan latar-belakang pendidikan sesuai kepentingan formasi yang dibutuhkan, maupun informasi pribadi terkait kontak (email, whastapp, dan nomor handphone) yang dapat dihubungi setiap saat sebagai tindak lanjut terhadap CV yang dikirimkan tersebut.

Untuk semakin memikat perhatian para peserta, sang fasilitator pun membuka diskusi kecil mengenai sejauh apa perspektif dan pengalaman para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka dalam mendesain CV-nya masing-masing. Respon yang didapat menunjukkan bahwa hampir sebagian besar dari mereka memahami pembuatan CV tersebut masih mendetail pada hal-hal tertentu saja karena cenderung ingin terlihat perfeksionis.

Namun uniknya pada kondisi sekarang, fenomena yang muncul justru menunjukkan bahwa sejumlah *recruiter* cenderung menjaring para pekerja hanya dari hasil karya ataupun akifitas mereka di dalam dunia virtual, termasuk pada media sosial (seperti : instagram dan facebook) sebagai data pendukung yang dianggap cukup konkrit dengan kepribadian si pelamar itu sendiri. Maka sudah seharusnya pula optimalisasi penggunaan media sosial dapat di *manage* dengan atraktif dan sebaik-baiknya, karena mampu mendatangkan tawaran kerja atau bahkan dapat menjaring relasi di setiap kesempatan.

Gambar 2:
Penyampaian Materi Pertama terkait
Pembuatan CV diri



Sumber: Dokumen Pribadi Kegiatan Pengabdian
Kepada Masyarakat, Juni 2022

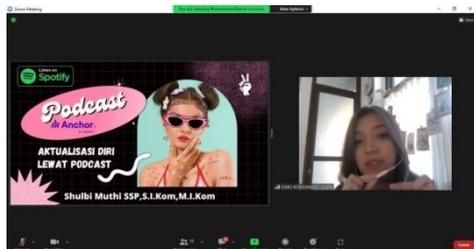
Selanjutnya, materi kedua terkait pembuatan konten podcast sebagai media komunikasi alternatif di era saat ini dipaparkan pula oleh anggota tim lainnya yaitu Shulbi Muthi Sabila Salayan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom yang berprofesi sebagai akademisi dan juga praktisi di bidang audio. *Trend* podcast sudah menjadi sebuah industri komersil serta telah banyak dipraktikkan oleh semua kalangan masyarakat (termasuk *public figure* dan *influecer*) karena tidak lepas dari sifat alamiah manusia yang suka mendengar.

Dalam hal inipun tidak menutup kemungkinan dapat juga dimanfaatkan oleh para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka, yang kelaknya akan mampu menciptakan suatu identitas baru yakni sebagai *creative people*. Fasilitator kedua menjelaskan bahwa podcast / *Playable on Demand* atau nama lainnya “Siniar”, adalah sebuah seni yang dapat dimulai dari cara yang paling sederhana terhadap konten apa yang akan dibagikan ke ruang publik. Di sisi lain, terdapat sebuah problema yang masih menunjukkan minimnya kepercayaan diri seseorang untuk memasuki industri tersebut atas dasar keterbatasan alat penunjang yang tersedia.

Digitalisasi yang sangat memanjakan publik, membuat podcast juga dijadikan sebagai media pembelajaran yang cukup efektif dan efisien terutama di masa pandemi yang telah terjadi selama dua tahun belakangan. Podcast hadir dengan inovasi yang tidak kaku sekaligus tidak monoton karena dapat digunakan dimana saja, kapan saja maupun di dalam perjalanan sekalipun, dengan topik pembahasan yang ringan sampai ke topik diskusi serius yang bahkan melibatkan para pakar, sehingga sangat berpengaruh terhadap dampak psikologis seseorang.

Umumnya pandangan khalayak memang masih banyak yang terpaku pada: mikrofon, clip on, camera, atau bahkan alat-alat canggih lainnya sebagai peralatan utama penunjang pengaplikasian sebuah podcast. Padahal agar tidak menjadi “tim yang rebahan”, hanya dengan menggunakan smartphone / handphone genggam saja khususnya melalui aplikasi “Anchor”, publik dapat mencoba maupun langsung mendistribusikan konten podcast di sejumlah platform online, misal: Youtube, Spotify, Apple Podcast, Google Podcast, dan lain sebagainya.

Gambar 3:
Penyampaian Materi Kedua terkait
Pembuatan Konten Podcast



Sumber: Dokumen Pribadi Kegiatan Pengabdian
Kepada Masyarakat, Juni 2022

Para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka diharapkan dapat mengerti dahulu manfaat dari keberadaan industri itu sendiri. Kehadiran podcast sebagai salah satu produk industri kreatif

tentu harus bersifat santun, menghibur, tidak kasar atau sarkas.

Beberapa tips demi tips yang dapat dilakukan oleh para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka untuk segera membuat konten-konten menarik, khususnya dengan melihat daya dukung dan potensi yang ada di lingkungan sekitar seperti : (1) diawali dengan cara membangun semangat dalam berkarya, misal dalam hal ini setiap individu dapat meminta orang-orang terdekat atau diibaratkan sebagai “netizen dadakan” untuk memberi penilaian / masukan dari setiap karya yang diciptakan, sehingga ke depannya para pelaku tersebut juga akan konsisten dan semakin memantapkan diri.

Kemudian langkah berikutnya, sang fasilitator menguraikan bahwa (2) podcast yang notabene berwujud audio maka mengharuskan para pelakunya untuk memperbanyak aktifitas mendengar, agar yang bersangkutan dapat semakin mampu menyeimbangi suara dengan senyaman mungkin, terutama melalui proses melatih cara berbicara di depan publik dengan intonasi yang pelan, cepat ataupun rileks sebagai patokan dalam menyampaikan podcast itu sendiri.

Tidak kalah pentingnya, (3) setiap proses yang akan dibangun haruslah diikuti pula dengan sikap tahan banting akan kritik. Mengapa demikian? karena dengan adanya sebuah kritikan tersebut seseorang tidak akan berada di zona yang seperti itu-itu saja dan dapat dijadikan sebagai sesuatu yang sifatnya konstruktif / membangun.

Anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka diajak untuk dapat meningkatkan interaksinya di media sosial masing-masing. Bukan tanpa alasan, karena di era saat ini untuk dapat eksis di ranah publik tentu setiap orang harus rutin menginformasikan terkait aktifitasnya sehari-hari, bisa menyangkut pekerjaan / hobi / kesukaan yang sebenarnya dapat dijadikan sebagai metode ampuh untuk

memancing perhatian dari pihak lainnya / para *audience*.

Fenomena bergesernya aktifitas masyarakat dari dunia nyata ke dunia maya mengakibatkan para penggunanya menjadi semakin adiktif / candu, yang pada akhirnya pula membuat industri kreatif di media sosial telah menjadi market termasuk pada rencana pembuatan podcast.

Materi terakhir diisi oleh ketua pengabdian “Dyaloka Puspita Ningrum, S.I.Kom., M.I.Kom”, khususnya mengenai tata cara penulisan opini populer. Di masa sekarang, tidak asing bagi kita untuk menemukan berbagai macam jenis opini / komentar publik yang bahkan terkadang cenderung tidak terkontrol secara kontekstual dan kerab kali mengabaikan etika bermedia. Berangkat dari kerisauan pribadi sang fasilitator ketiga, para peserta kegiatan diberikan sebuah pendekatan terlebih dahulu terutama mengenai konsep literasi digital yang bahkan belum pernah dilaksanakan sebelumnya di wilayah tersebut.

Tumbuh dan bernafas di tengah-tengah perkembangan teknologi internet membuat anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka harus memiliki sikap melek media ketika berhadapan dengan arus informasi yang semakin massif setiap saatnya.

Tsunami informasi di era disrupsi bahkan membuat publik sulit untuk benar-benar memahami kevalidan antara “berita” ataupun “informasi” yang terus beredar luas di berbagai media saat ini. Sehingga kelompok itupun menjadi urgensi pihak yang harus terbekali secara pengetahuan serta kemampuan untuk bijak menyaring segala bentuk apapun yang disajikan oleh media digital khususnya pada beberapa tindakan yang tidak sesuai dengan payung hukum Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 19 Tahun 2016.

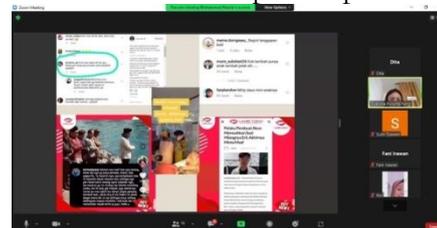
Fasilitator ketiga menjelaskan bahwa runtuhnya rezim orde baru turut memberi warna baru terhadap kebebasan masyarakat dalam berpendapat. Sistem demokrasi yang dianut negara pun berpengaruh pada proses pembentukan opini publik yang juga tidak lepas dari keberadaan media massa sebagai saluran yang memfasilitasinya.

Beropini tidak hanya dilakukan secara verbal saja, melainkan dapat pula dilakukan secara tertulis. Sederet isu-isu sensasional, kebijakan pemerintah ataupun peristiwa sosial terkini sering kali menimbulkan pro kontra salah satunya ditunjukkan dengan banyaknya kicauan publik di sejumlah media sosial.

Kondisi tersebut membuat sang fasilitator semakin yakin untuk mengedukasi anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka agar dapat menjadi pihak-pihak yang bertanggung-jawab dalam mengutarakan pandangannya baik di media mainstream maupun di media alternatif.

Beropini sejatinya merupakan bagian dari aktifitas komunikasi. Dyaloka bertutur bahwa idealnya setiap orang harus dapat memiliki sudut pandang yang objektif dalam mengkritisi suatu hal, meskipun masih banyak juga yang secara gamblang mengungkapkan asumsi pribadinya.

Gambar 4:
Penyampaian Materi Ketiga terkait Tata
Cara Menulis Opini Populer



Sumber: Dokumen Pribadi Kegiatan Pengabdian
Kepada Masyarakat, Juni 2022

Dalam hal inipun, penulisan opini populer memang hampir serupa dengan penulisan artikel karya ilmiah namun

dikemas secara lebih ringan yang bersifat persuasif dengan panjang karakter sekitar 450 – 3000 kata.

Istilah “Ilmiah” tentu saja berbeda dengan definisi “Populer”. Sesuatu yang dikatakan ilmiah tentu harus berlandaskan teori keilmuan, analisisnya pun menggunakan data / sumber rujukan yang jelas serta standar bahasa yang baku. Sedangkan konsep populer diartikan sebagai suatu hal yang mudah dipahami oleh orang awam / bersifat familiar dengan gaya bahasa yang lebih santai. Sang penulis harus dapat memilih judul yang menarik perhatian para pembaca sesuai dengan momentum apa yang sedang terjadi, kemudian agar menjadi suatu opini yang baik, kadang kala sang penulis pun membutuhkan riset demi menguatkan argumentasinya (*sumber: penerbit buku deepublish, juni 2022*).

Pendalaman materi ketiga cukup spesifik pada tata cara penulisan opini populer yang lebih terorganisir khususnya dengan memanfaatkan peluang yang dapat dimuat pada kolom “Opini” yang tersedia di beberapa media massa yang kredibel. Secara tidak langsung, dari sebuah tulisan-lah biasanya seseorang dapat menuangkan ide-ide kreatif yang orisinal dan lebih berbobot.

Di sisi lain, ada pula media yang kadang memberikan benefit secara material untuk para penulis yang artikel opininya telah lolos seleksi oleh tim redaksi. Sehingga kesempatan tersebut juga seharusnya dapat dilakukan oleh anggota dari kelompok Karang Taruna Pandusaka di Kampung Sukorame Mangunan agar dapat berkarya salah satunya melalui tulisan “*Jika Engkau Ingin Menenal Dunia Maka Membacalah. Namun Jika Engkau Ingin Dikenal Oleh Dunia Maka Menulislah* Pramoedya Ananta Toer).

“Apa saja yang dapat ditulis oleh para penulis pemula?”, kebingungan seperti itulah yang kerab kali menjadi momok nyata terhadap setiap orang untuk tidak jadi melakukannya.

Sang fasilitator mengajak para peserta untuk mencari permasalahan apa

saja yang dapat disoroti setiap harinya sehingga dapat dirangkai dari satu kalimat ke kalimat berikutnya yang pada akhirnya pula dapat dijadikan sebagai suatu informasi baru, termasuk mengulas potensi sumber daya alam yang melimpah di wilayah Kampung Sukorame Mangunan sebagai daerah tujuan wisata di masa sekarang serta di masa mendatang sehingga semakin dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian warga setempat.

Dari pembahasan materi terakhir juga, secara keseluruhan tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat mengharapkan partisipasi lanjut dari para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka untuk semakin terampil dan produktif dalam beraktifitas di tengah-tengah perkembangan dunia digital, terutama dengan praktik menulis maupun berbicara yang mampu menghasilkan sebuah produk yang bisa dimulai oleh siapapun.

Untuk semakin mencairkan suasana meskipun pelaksanaan kegiatan bersifat daring, namun tim pengabdian kepada masyarakat dengan sungguh-sungguh menyusun rangkaian acara semaksimal mungkin. Sesi akhir diskusi ditutup dengan adanya games sebagai hiburan semata dan pembagian dooprize kepada para peserta yang terpilih. Para anggota kelompok Karang Taruna Pandusaka dipandu untuk dapat membuat sebuah kegiatan *live report* guna melatih kemampuan *public speaking* kelompok pemuda di wilayah tersebut.

Tidak ketinggalan untuk semakin menyempurnakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat itupun, ketua pengabdian melakukan evaluasi menyeluruh dengan tim internal yang terlibat terkait tahapan-tahapan pelaksanaan demi perbaikan di tahun mendatang.

Serta tetap menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan kelompok Karang Taruna Pandusaka agar tetap dapat melanjutkan kerja sama dengan program-program unggulan lainnya untuk warga

setempat di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menasar pada anggota Karang Taruna Pandusaka di Kampung Sukorame Mangunan Yogyakarta telah berlangsung dengan lancar. Memfasilitasi adanya ruang diskusi terhadap kelompok pemuda mungkin sudah banyak dilakukan oleh berbagai pihak, namun cukup ironis di lokasi ini justru belum pernah terlaksana adanya pendekatan literasi digital yang bahkan hampir sebagian besar masyarakatnya sendiri pun setiap hari sudah berkecimpung di dalam ranah digital tersebut.

Sehingga secara keseluruhan peserta kegiatan diajak untuk mengambil peran sebijak mungkin terutama dalam mengelola media sosialnya masing-masing. Selain itu ada upaya penggalian minat terhadap kelompok pemuda setempat agar dapat menjadi *creative people* yang mampu berdaya saing di tengah industri kreatif saat ini.

Diharapkan ke depannya semakin banyak lagi para penggiat yang serius (baik dari kalangan pemerintah, akademisi ataupun praktisi) untuk melakukan program digitalisasi yang berkelanjutan dalam mengoptimalkan *soft-skill* pada masyarakat lokal.

Selain itu, diharapkan pula adanya motivasi yang tinggi dari kelompok masyarakat untuk semakin produktif dan mampu menghasilkan karya-karya yang bermanfaat bagi banyak pihak di tengah pesatnya industri kreatif saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1986). *Social Foundation of Thought and Action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Hootsuite and We Are Social. (2022). *Digital 2022 Indonesia*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report->

2022/. Diakses pada tanggal 20 Juni 2022.

- Juditha, C. (2018). *Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya)*. Pekommas, 3(1).

Instagram @pandusaka_org, Diakses pada tanggal 3 Januari 2022

- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2021). *Besok, Kominfo Luncurkan Program Literasi Digital Nasional "Makin Cakap Digital"*.
https://kominfo.go.id/content/detai/1/34574/siaran-pers-no-170hmkominfo052021-tentang-besok-kominfo-luncurkan-program-literasi-digital-nasional-makin-cakap-digital/0/siaran_pers. Diakses pada tanggal 23 Desember 2021

- Ningrum, D. P. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP FENOMENA "HOAX" DI KALANGAN REMAJA MILENIAL (STUDI DI SMAN 1, KECAMATAN PLERET, BANTUL, YOGYAKARTA). *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kresna*, 1(1).

- Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Penerbit Buku Deepublish (2022). *Karya Tulis Ilmiah Populer: Pengertian, Karakteristik, Hingga Contohnya*.
<https://penerbitbukudeepublish.com/karya-tulis-ilmiah-populer/>. Diakses pada tanggal 15 Juni 2022

- Septarini, Dina Fitri. 2015. *Pengaruh Pelayanan, Sanksi, dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di KPP Pratama Merauke*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial Universitas Musamus Merauke*, Vol. 6, No. 1, Hal. 29-43.