



ETIKA DAN BUDAYA BERINTERAKSI DI MEDIA SOSIAL DI SMA WARGA SURAKARTA

Diah Ayu Candraningrum¹, Widayatmoko² dan Budi Utami³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: diahc@fikom.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: wid.fikomuntar@gmail.com

³Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: amibudiutami@yahoo.co.id

ABSTRACT

The rapid development of digital technology is not accompanied by an in-depth understanding of the ethics of communicating in the internet, such as the spread of hoaxes, sexual crime that often afflict adolescents, as well as frauds in online businesses. These phenomena are the result of ignorance of the ethics of communicating on the internet through social media. It is true that social media is considered the most effective communication method. However, the rate of cybercrime increases along with social media use compared to previous years. Mass communication is inseparable from the type of interpersonal communication that requires face-to-face and ethical foundation which includes being responsible, respecting the rights and freedom of others, behaving politely and being considerate. The presence of social media does not eliminate interpersonal communication. The case being presented here is that ethical foundation is not always present in social media. Messages sent and received through social media might not always be well received by the recipient. It is not uncommon that senders pay little attention to the minor things that actually lead to dire consequences. Therefore, a team from the Faculty of Communication of Tarumanagara University held a seminar on how to communicate ethically across cultures on the internet. The team held a Community Service (PKM) activity for Warga Surakarta Senior High School students, with the aim of providing knowledge and understanding of culture and how to communicate on the internet. The results of the PKM activities are as follows. First, students can share information that can be accounted for. Second, students can behave well and ethically, when dealing with strangers through social media. Third, students can conduct online business transaction activities that can be accounted for.

Keywords: hoax, sexual crime, fraud, online business

ABSTRAK

Perkembangan dunia digital yang sangat pesat, tidak diiringi oleh pemahaman mendalam tentang etika berkomunikasi di dunia internet, seperti tersebarnya media hoax atau berita tidak benar, aksi kejahatan seksual yang banyak menimpa anak-anak remaja, juga ramainya aksi penipuan di bisnis online. Ketiga fenomena ini terjadi akibat ketidaktahuan masyarakat akan etika berkomunikasi di internet melalui media sosial. Memang, kini penggunaan media sosial dianggap paling efektif untuk berkomunikasi. Namun di balik itu, angka cybercrime semakin bertambah dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Komunikasi massa sendiri tidak dapat terlepas dari jenis komunikasi antarpribadi yang memerlukan tatap muka dan penuh landasan etis yang di antaranya adalah, memiliki rasa tanggung jawab, menghormati hak-hak asasi dan kebebasan orang lain, berlaku sopan dan tenggang rasa. Namun kehadiran media sosial tidak berarti meniadakan jenis komunikasi antarpribadi. Hanya saja, lewat komunikasi melalui media sosial ini, landasan etis tidak menjadi hal yang baku. Pesan-pesan yang mengalir di media sosial, tidak selamanya bisa diterima oleh penerima pesan dengan baik. Tidak jarang, komunikator atau pengirim pesan, kurang memperhatikan hal-hal kecil yang justru berakibat fatal. Karena itu, tim pengabdian Fikom Untar menyelenggarakan kegiatan seminar bagaimana etika berkomunikasi lintas budaya dalam berkegiatan di internet. Tim membuat sebuah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kepada siswa/siswi SMA Warga Surakarta, dengan tujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman terhadap bagaimana budaya dan cara berkomunikasi di dunia maya. Hasil dari kegiatan PKM ini ada tiga. Pertama, siswa dan siswi memiliki kemampuan dalam menyebarkan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan. Kedua, siswa dan siswi mampu bersikap yang baik dan penuh etika, ketika berhubungan dengan orang asing melalui media sosial. Ketiga, siswa dan siswi bisa melakukan kegiatan transaksi bisnis online yang mampu dipertanggungjawabkan.

Kata kunci: media hoax, kejahatan seksual, penipuan, bisnis online

1. PENDAHULUAN

Sejak lahir, status manusia melekat sebagai makhluk sosial dan individu. Lingkungan merupakan faktor penentu yang mampu menjelaskan perilaku manusia. Karakter manusia sendiri dibentuk oleh lingkungan. Keberhasilan hidup mereka bergantung pada seberapa baik mereka beradaptasi dengan dunia nyata (Pace and Faules, 2006: 14). Realitas ini yang membuat manusia melakukan kegiatan komunikasi dengan lingkungan di sekitarnya. Jika dahulu, mereka melakukannya dengan cara pertemuan langsung secara lisan, di era digital ini, mereka melakukannya melalui kemajuan teknologi, salah satunya media sosial.

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 mengungkap, lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Dari total jumlah populasi Indonesia sebanyak 256,2 juta penduduk, sekitar 137,2 juta orang di antaranya telah terhubung ke dunia maya. Angka ini naik sebesar 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet 2014 yakni 88 juta pengguna internet di tanah air. "Penyebabnya adalah perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan *smartphone* atau perangkat genggam," terang Ketua APJII Jamalul Izza (<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta> diakses 12 Oktober 2017 pukul 01.00 WIB).

Keterbukaan akses terhadap teknologi ini mengindikasikan adanya pergeseran penggunaan media sebagai sumber informasi. Dahulu, media mainstream yang dikenal hanyalah media cetak, media elektronik dan media online. Kini ragam media telah mengalami banyak pergeseran. Media sosial dipercaya menjadi salah satu media komunikasi yang efektif untuk menghubungkan segala lapisan usia, terutama di kalangan anak muda.

Sayangnya, penggunaan media sosial tersebut tidak dibarengi dengan pengetahuan mengenai etika bagaimana berkomunikasi yang efektif lewat media internet. Pelanggaran etika yang dimaksud adalah menyebarkan berita kebohongan, memicu terjadinya kejahatan online dan penipuan bisnis online. Karena itu, banyak sekali terjadi kejahatan online (*cybercrime*) yang menimpa kaum muda.

Yang dimaksud *cybercrime* adalah, bentuk-bentuk kejahatan yang timbul karena pemanfaatan teknologi internet. Beberapa pendapat mengidentikkan *cybercrime* dengan *computer crime*. The US Department of Justice memberikan pengertian *computer crime* sebagai berikut: "...any illegal act requiring knowledge of computer technology for its perpetration, investigation or prosecution." Yang tergolong kejahatan dunia maya antara lain adalah penipuan lelang secara online, pemalsuan cek, penipuan kartu kredit atau *card confidence fraud*, penipuan identitas, pornografi, dll. Namun, kejahatan di dunia maya ini terbagi atas beberapa kategori, seperti misalnya berdasarkan sasaran kejahatan dan motif kegiatan (www.usdoj.gov/criminal/cybercrimes diakses pada 12 Oktober 2017 pukul 02.00 WIB)

Berita Kebohongan

Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika pada Desember 2016 lalu menyebutkan, ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu (hoax) dan ujaran kebencian (hate speech). Selain itu, ada juga kelompok mafia penyebar ujaran kebencian dan berita palsu Saracen yang berhasil diungkap oleh pihak kepolisian pada Agustus 2017.

Berdasarkan informasi yang dirilis Komunitas Masyarakat Anti Fitnah, para penyebar hoax bernuansa ujaran kebencian setiap tahun mampu meraup keuntungan hingga Rp 600 juta-Rp 700 juta. Keuntungan yang dihitung banyak tersebut selain karena dibayar oleh oknum pemesan juga didapat dari royalty warganet melalui program Google Adsense



(http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2017/08/29/316574/saracen_dan_bisnis_konten_ujaran_kebencian/ diakses pada 12 Oktober 2017 pukul 03.00 WIB).

Pemerintah sendiri kini fokus pada daerah ‘hulu’ bukan hanya terbatas pada pembatasan dan pemblokiran, melainkan juga meningkatkan program literasi media dan media sosial. Karena itu, pemerintah mendorong masyarakat supaya bisa mempromosikan atau mensosialisaikan soal etika bagaimana menggunakan media sosial.

Pemicu Terjadinya Kejahatan Seksual

Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) mencatat kejahatan pornografi dan *cybercrime* terhadap anak meningkat dalam periode tiga tahun ke belakang. Komisioner KPAI Bidang Pornografi dan *Cyber Crime*, Maria Advianti mengatakan, pada 2014 hingga 2016, setidaknya ada 1.249 laporan masuk. “Jumlah ini meningkat jika dibandingkan dengan data 2011-2013 yang hanya mencapai 610 laporan,” ujar Maria.

Jurnal Perempuan yang merupakan media feminis pertama di Indonesia mencatat, tidak sedikit peristiwa pemerkosaan yang dialami perempuan, berawal dari perkenalan melalui jejaring media sosial Facebook. Badan Keluarga Bencana dan Pemberdayaan Perempuan (KBPP) Semarang juga mencatat, sepanjang 2015 terdapat 100 kasus menimpa perempuan dan 88 kasus lain tergolong aksi kekerasan terhadap anak di Kabupaten Semarang. Kasus kekerasan ini sebagian besar terjadi di wilayah perkotaan di mana penggunaan *gadget* sangat tinggi.

Kondisi di Solo sendiri bisa dikatakan amat memprihatinkan. Secara umum, korban kejahatan seksual terhadap anak, mengalami peningkatan setiap tahun. Menurut Direktur Yayasan Kakak Solo, Shim Sahriyati, peningkatan ini mencapai 15 persen setiap tahunnya. Tahun 2015 ada 33 korban 27 kasus dan tahun 2016 sampai November 2016 ada 37 kasus. Ironisnya, korban kejahatan seksual ini rata-rata masih berumur 13-15 tahun. Mereka masih duduk di bangku sekolah menengah pertama.

Kejahatan seksual terjadi karena seringnya anak-anak berinteraksi dengan internet atau media sosial. Sebagai orang tua, dituntut untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman terhadap anak-anak untuk menggunakan media sosial secara bijak (<http://solo.tribunnews.com/2016/12/04/kasus-kejahatan-seksual-terhadap-anak-meningkat-15-persen> diakses pada 12 Oktober 2017 pukul 03.30 WIB).

Penipuan Pada Bisnis Online

Lembaga survei internasional Kaspersky Lab dan B2B International mengungkapkan, sebesar 71% masyarakat Indonesia masih khawatir terhadap penipuan online perbankan sejalan dengan tingginya ancaman siber terhadap organisasi keuangan dan *point of sale terminals*. Vitaly Kamluk, Director of Global Research & Analysis Team Kaspersky Lab untuk APAC mengemukakan, dewasa ini ancaman siber pada sektor keuangan dinilai semakin meningkat setiap tahun.

Menurutnya, *spam*, *phishing* dan *malware* berjenis trojan masih menjadi senjata andalan bagi penjahat siber untuk memperluas ancamannya pada sektor keuangan di Indonesia. Hal ini masih ditambah dengan adanya krisis kepercayaan pelanggan dan penipuan yang terjadi melalui penjualan barang online lewat media sosial. Karena penggunaan media yang berbeda, akan menimbulkan perbedaan cara pandang dan penerimaan, dikaitkan dengan latar belakang budaya yang berbeda.

Di Solo sendiri, Satuan reserse kriminal (Satreskrim) Polresta Solo sampai triwulan pertama tahun 2017 masih menerima banyak aduan kasus penipuan jual beli online. Rata-rata per pekan ada lima laporan terkait penipuan jual beli *online*. Kasatreskrim Polresta Solo Kopol Agus Puryadi mewakili Kapolresta Solo AKBP Ribut Hari Wibowo, mengatakan jumlah laporan penipuan jual beli online yang masuk sampai awal tahun ini sekitar 50 kasus. Kerugian korban Rp 200.000 sampai Rp1 juta (<http://www.solopos.com/2017/03/30/penipuan-solo-laporan-penipuan-jual-beli-online-terus-mengalir-polisi-ingatkan-warga-806047> diakses pada 12 Oktober 2017 pukul 03.30 WIB).

Hal ini menunjukkan, angka kejahatan terkait dengan jual-beli online cukup tinggi di Solo, terutama dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya. Meski warganya telah melek teknologi, namun sebagian masyarakat Solo masih terlena dengan bisnis online sehingga berakibat penipuan.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kerangka Teori

Kehidupan masyarakat modern dimulai pada abad ke-18. Modernitas adalah salah satu cara untuk melihat dunia dari sudut yang lebih universal. Masyarakat modern sendiri identik dengan inovasi, dinamis dan melihat sebuah perubahan sebagai hal yang positif. Banyak pakar yang mengkategorikan manusia saat ini hidup dalam era postmodern, yang berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi, media dan juga budaya. Inilah yang kemudian membuat sebuah perubahan dalam cara berpikir manusia, baik secara ekonomi maupun sosial (Straubhaar, LaRose, Davenport. 2010).

Inilah yang mendasari perkembangan penerimaan informasi pada masyarakat masa kini, yang pada akhirnya memunculkan sekat-sekat budaya yang berbeda. Menurut filosof Prancis Jean-Francois Lyotard (1984) dalam Straubhaar (2010), perkembangan media baru telah menciptakan cara berekspresi yang baru, menciptakan bentuk pengetahuan yang baru serta formasi sosial baru di masyarakat.

Semakin banyak kelompok mengekspresikan ide-ide original mereka melalui aneka saluran multimedia, masyarakat pun menjadi lebih fokus pada kelompok ini dan tak memperdulikan ide-ide lain yang sifatnya lebih luas di era modern. Hal ini yang kemudian menjadi kritikan, bahwa internet merupakan faktor utama kelahiran model bisnis baru dan juga sebagai tempat berbisnis bagi ide dan aspirasi.

Sejalan dengan banyak teori ekonomi yang dibuat untuk menjelaskan kekuatan antara industri media dan masyarakat, ada pula kritikan lain yang muncul mengenai hubungan antara industri media dengan informasi dan masyarakat. Para kritikus ini menggarisbawahi hubungan yang terjalin antara media dan masyarakat melalui perspektif ekonomi, feminisme, budaya dan media itu sendiri.

Hal ini memunculkan pentingnya pendidikan literasi media yang ditambah dengan pemahaman kritis tentang media dan kekuatannya, juga pemahaman tentang informasi yang disampaikan melalui media tersebut. Artinya, masyarakat sebaiknya tidak menelan informasi dari media begitu saja, melainkan harus memahami konsep perubahan media itu sendiri. Masyarakat sebaiknya bisa menjadi pengguna media yang aktif namun memiliki rasa skeptisme yang tinggi terhadap motif di balik pemberitaan sebuah media atau pemberian informasi.



Dalam buku *New Media: An Introduction* karya Terry Flew (2005) dijelaskan, terdapat ciri mendasar dari sebuah media baru, yakni digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan dan simulasi. Konsep digital dimaknai dengan proses input data yang dikonversi ke dalam bilangan. Dengan konsep digital, bentuk data yang ditampilkan dari segi kecepatan atau *real time*, yang lebih baik dari data analog.

Karakter berikutnya adalah interaktif, dimana pengguna dapat turut campur tangan dalam mengunggah dan mengubah gambar atau tulisan yang mereka akses. Karakter selanjutnya adalah hipertekstual, yaitu halaman website dapat menampung berbagai obyek seperti teks, gambar, suara, serta bila diakses dapat tersambung pada halaman web tertentu.

Virtual adalah karakter media baru berikutnya. Artinya sebuah benda dapat disimulasikan dan dipresentasikan dalam bentuk yang terlihat nyata. Sedangkan untuk karakteristik network atau jaringan, diartikan sebagai arus perpindahan data melalui jaringan internet yang memungkinkan penggunaanya mengirim dan menerima data. Karakter terakhir adalah simulasi, yaitu metode pelatihan yang memperagakan sesuatu dalam bentuk tiruan, yang mirip dengan keadaan yang sesungguhnya.

Seperti dijelaskan sebelumnya, komunikasi antarpribadi dalam bentuk dan lewat media apapun, merupakan bagian dari komunikasi massa. Dalam praktik komunikasi massa, banyak aspek yang menjadi landasan etis di antaranya menghormati hak dan kebebasan berpendapat orang lain, memiliki rasa tanggung jawab, berlaku sopan dan tenggang rasa (Wiryanto, 2006).

Namun pesan-pesan yang mengalir di media massa, tidak selamanya diterima oleh komunikan atau penerima pesan dengan baik. Tidak jarang, komunikator atau pengirim pesan, justru tidak memperhatikan hal-hal kecil sehingga berakibat fatal. Menurut Wiryanto (2006), proses komunikasi massa dititikberatkan pada bagaimana media komunikasi itu mencapai dan mempengaruhi khalayaknya.

Salah satu model komunikasi massa ini adalah model jarum suntik (*Hypodermic Needle Model*), yakni pesan yang disampaikan lewat media sosial langsung dibagikan kepada masyarakat sehingga masyarakat yang tergabung dalam media sosial itu langsung bisa memberikan tanggapan. Agar pesan bersifat umum, komunikator haruslah memperhatikan bahasa yang digunakan supaya tidak menjadi pesan sampah (*spam message*). Selain itu, berkomunikasi di media sosial juga perlu kehati-hatian dalam pemilihan kata supaya pesan dapat dipahami semua orang. Salah memilih kata merupakan bentuk pelanggaran etika, karena Indonesia memiliki keragaman sosial.

Dengan keberadaan media baru tersebut, menjadikan media sebagai alat konstruksi realitas. Bungin (2008: 13) dalam Bhakti, 2017 menyebutkan, konsep konstruksi sosial atau realitas (*the social construction of reality*) sendiri diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann tahun 1966. Konsep ini menggambarkan proses sosial individu yang terjadi secara terus-menerus melalui tindakan dan interaksinya, dimana realitas yang dimiliki dan dialami tersebut kemudian diciptakan bersama secara subyektif.

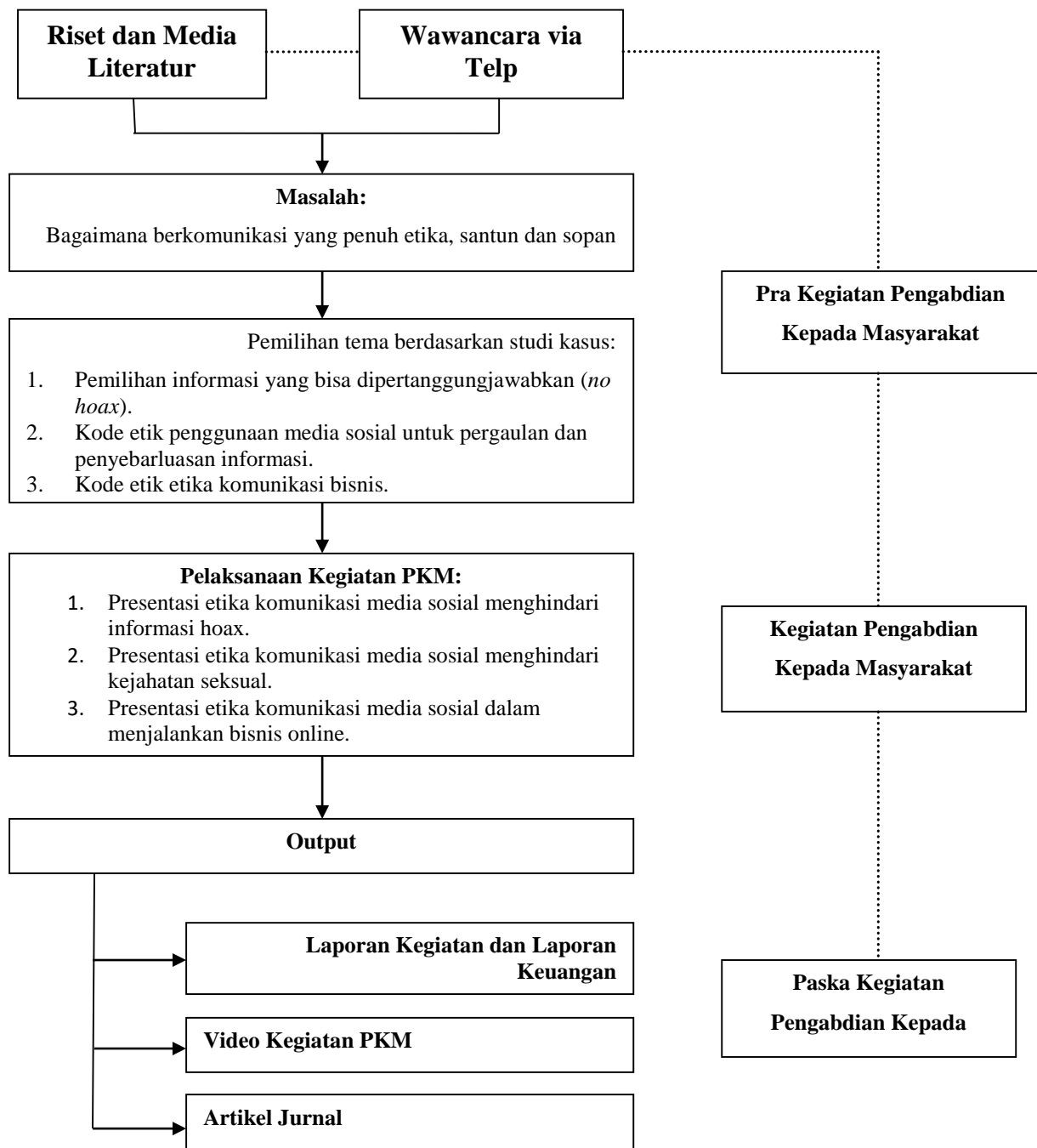
Manusia merupakan produk masyarakat yang bersifat dialektis, dinamis dan plural secara terus-menerus. Pada dasarnya, proses konstruksi sosial ini merupakan usaha untuk menceritakan kembali tentang sebuah peristiwa, kejadian atau keadaan seperti dijelaskan Hamad (2004: 11-13) dalam Bhakti, 2017. Media sendiri mempunyai tugas membuat berita dan menginformasikan

kepada khalayak, sehingga proses pembentukan dan pembuatan berita tidak dapat dilepaskan dari adanya upaya-upaya media dalam merekonstruksi berita.

Sobur (2012:88) dalam Bhakti (2017) menyatakan pada hakikatnya isi media sosial merupakan hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya, sehingga komunikasi secara aktif akan membentuk realitas. Penulis biasanya ketika melihat sebuah peristiwa dan membuat berita sesuai dengan perspektif dan pertimbangan subyektifnya.

Kerangka Kerja

Berikut metode pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat tim pengabdian dari Fikom Untar di SMA Warga Surakarta, meliputi pra kegiatan-kegiatan inti-paska kegiatan:



Gambar 1. Kerangka Kerja



Dari hasil riset dan wawancara dengan Kepala Sekolah SMA Warga Surakarta dalam tahap pra kegiatan, Tim Fikom Untar berhasil merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Para siswa/siswi SMA Warga Surakarta familiar dengan penggunaan media sosial, baik untuk berbagi informasi, mencari teman baru dan juga bisnis online. Namun tak semuanya paham bagaimana cara berkomunikasi yang baik di dunia maya.
2. Para siswa/siswi SMA Warga Surakarta kurang memiliki pemahaman tentang dampak dari kesalahan berkomunikasi di media sosial. Mereka masih menganggap sama antara etika berkomunikasi di dunia nyata dengan dunia maya.
3. Para siswa/siswi SMA Warga Surakarta belum memahami bagaimana tips mengetahui hal yang tidak baik di balik kegiatan mereka yang bersinggungan dengan media sosial.

Atas dasar pertimbangan di atas, tim pengabdian masyarakat dari Fikom Untar memutuskan untuk melaksanakan kegiatan seminar mengenai etika berkomunikasi lewat media sosial, khususnya terkait dengan tiga pelanggaran etika di atas. Selain mengadakan seminar dengan peserta murid-murid kelas 12 SMA Warga Surakarta, tim pengabdian Fikom Untar juga mengadakan kegiatan pemberian plakat kepada pihak sekolah SMA Warga Surakarta, pemberian *goody bag* pada siswa/siswi peserta kegiatan sosialisasi dan pemberian makanan ringan dan makan siang kepada seluruh peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berupa kegiatan sosialisasi mengenai etika berkomunikasi di media sosial. Kegiatan ini berlangsung dalam dua hari, yaitu tanggal 25 dan 26 April 2017 dari pukul 8-12 WIB.

Pada hari pertama, acara ini diselenggarakan di aula sekolah SMA Warga Surakarta. Acara ini diikuti oleh 50 siswa/siswi. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dan kata sambutan dari pihak sekolah, dalam hal ini Drs. Purwoto, M.Pd. Kemudian acara dilanjutkan dengan pemberian sambutan dari pihak Fikom Untar, yang diwakili oleh Bapak Drs. Widayatmoko, M.M, M.IKom, selaku ketua tim pengabdian.

Selanjutnya, Bapak Widayatmoko yang juga menjadi pembicara pertama untuk materi pertama, langsung memberikan materi etika berkomunikasi di media sosial untuk memilih pemberitaan yang dapat dipertanggungjawabkan. Di akhir sesi, banyak pertanyaan yang diajukan oleh peserta kepada pembicara. Di antaranya tentang bagaimana memilih sumber informasi yang terverifikasi dan bisa dipertanggungjawabkan.



Gambar 2. Pemberian materi dan contoh materi yang disampaikan oleh Bp Drs. Widayatmoko, MM., M.IKom dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh Tim Fikom Untar 25-26 April 2017

(Sumber: dok. Tim Pengabdian Masyarakat Fikom Untar)

Acara dilanjutkan dengan sesi berikutnya, yang diisi oleh pembicara kedua, Ibu Budi Utami, S.Sos., M.Si yang akan membawakan materi etika berkomunikasi di media sosial untuk menghindari maraknya aksi kejahatan seksual di dunia maya.

Tema yang satu ini juga mendulang banyak respon dari siswa/siswi peserta. Bahkan ada yang menanyakan berdasarkan pengalaman dirinya sendiri saat berkenalan dengan teman baru di dunia maya.



Gambar 3. Pemberian materi dan contoh materi yang disampaikan oleh Ibu Budi Utami, SS., M.Si dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh Tim Fikom Untar 25-26 April 2017 (Sumber: dok. Tim Pengabdian Masyarakat Fikom Untar)

Keesokan harinya, acara dimulai pada waktu yang sama dengan hari sebelumnya. Sesi pertama diisi oleh pembicara ketiga, yakni Ibu Diah Ayu Candraningrum, MBA, M.Si, yang menjelaskan materi etika berkomunikasi di media sosial untuk menghindari penipuan bisnis online.

Peserta yang merupakan siswa/siswi yang sama dengan hari sebelumnya, mendengarkan dengan antusiasme tinggi. Beberapa di antara mereka banyak yang mengajukan pertanyaan atau sekedar berbagi pengalaman dalam kegiatan bisnis online, baik sebagai penjual maupun pembeli.



Gambar 4. Pemberian materi dan contoh materi yang disampaikan oleh Ibu Budi Utami, SS., M.Si dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh Tim Fikom Untar 25-26 April 2017 (Sumber: dok. Tim Pengabdian Masyarakat Fikom Untar)

Sesi terakhir adalah sosialisasi dan pengenalan tentang Fikom Untar. Sesi ini diisi oleh semua pembicara dengan tujuan memperkenalkan Fikom Untar kepada masyarakat luas. Di dalam sesi ini juga diputar video pendek berisi profil Universitas Tarumanagara.

Setelah acara selesai, Kepala Sekolah SMA Warga kemudian menyampaikan materi yang terkait dengan tema yang diangkat oleh tim pengabdian Fikom Untar, dan kemudian mensosialisasikannya kepada para siswa/siswi. Selanjutnya, acara penutup dilakukan dengan pemberian kata penutup dari Bapak Kepala Sekolah, yang dilanjutkan dengan kegiatan foto bersama para siswa/siswi peserta. Kegiatan ini mendapat tanggapan positif dari peserta maupun pihak sekolah. Karena acara ini dianggap mampu dan berhasil menambah pengetahuan siswa/siswi SMA Warga Surakarta.



4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang bisa diambil dari diadakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan semacam ini sangat bermanfaat bagi siswa/siswi SMA Warga Surakarta, karena mereka secara tidak langsung menghadapi dan menjalaninya sehari-hari.
2. Pengaruh internet dan media sosial telah merambah di banyak daerah, termasuk di antaranya kota-kota yang jauh dari Jakarta. Hal ini tentu saja memberikan dampak positif dan negatif, terutama jika pelakunya adalah kaum anak muda. Karena itu perlunya dilakukan kegiatan sosialisasi mengenai etika berkomunikasi kepada anak-anak sekolah, supaya mereka bisa mengelola akun media sosialnya dengan penuh etika.
3. Penggunaan media sosial untuk berbagai keperluan yang telah sedemikian pesat di kalangan remaja, diharapkan mampu berkontribusi positif terhadap pengembangan industri kreatif di tanah air.
4. Kegiatan ini menjadi ajang pengenalan Fikom Untar di banyak daerah, sehingga eksistensi dan kredibilitasnya semakin meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih tim Pengabdian Masyarakat Fikom Untar ucapkan kepada Rektor Universitas Tarumanagara serta Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara selaku pimpinan, atas kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan dengan lancar. Tak lupa pula kami ucapkan terimakasih kepada pimpinan Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Universitas Tarumanara atas persetujuan proposal kegiatan dan pembiayaan, sehingga kegiatan pengabdian dapat terselenggara dengan baik.

5. REFERENSI

Buku

- Bhakti, Andi Faisal, dkk (2017). *Literasi Politik dan Kampanye Pemilu*. Churia (Center for Human Rights in Action)
- Flew, Terry (2008). *New Media, An Introduction*. Oxford University Press, Oxford.
- R Wayne and Faules, Don F. 2006. *Komunikasi Organisasi*. Terjemahan. Bandung: Rosdakarya
- Straubhaar, Joseph; Robert LaRose; Lucinda Davenport (2010). *Media Now, Understanding Media, Culture and Technology*, Wadsworth Cengage Learning, Boston, Boston.
- Wiryanto (2006). *Teori Komunikasi Masa*. Grasindo, Jakarta.