

PENDAMPINGAN PERANCANGAN KAMPANYE VISUAL “BIJAK BERMEDIA SOSIAL” BAGI SISWA SMA

Millatul Mardhiyyah¹

¹Universitas Al Hikmah Jepara

*Corresponding author: millatul.mm@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan media sosial pada kalangan siswa sekolah menengah atas menunjukkan peningkatan yang signifikan, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan literasi digital dan literasi visual yang memadai. Berbagai permasalahan seperti cyberbullying, penyebaran informasi tidak terverifikasi, oversharing, dan tekanan sosial digital kerap dialami remaja. Kondisi ini juga ditemukan pada siswa SMA Islam Al Hikmah Mayong berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi kelas. Pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kesadaran etika bermedia sosial sekaligus mengembangkan kemampuan komunikasi visual siswa melalui pendampingan perancangan kampanye visual bertema “Bijak Bermedia Sosial”. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif berbasis praktik langsung yang meliputi identifikasi masalah, penyampaian materi literasi digital dan prinsip desain komunikasi visual, perancangan kampanye secara berkelompok, serta presentasi dan refleksi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap dampak perilaku digital dan kemampuan menyusun pesan visual yang lebih terstruktur, komunikatif, dan persuasif. Kampanye yang dihasilkan menampilkan hierarki visual yang jelas, slogan yang ringkas, serta komposisi yang lebih seimbang. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan desain komunikasi visual efektif sebagai strategi preventif dalam membangun budaya komunikasi digital yang sehat di lingkungan sekolah menengah atas.

Kata kunci: kampanye visual, literasi digital, etika bermedia sosial, desain komunikasi visual, pendampingan siswa.

ABSTRACT

The use of social media among senior high school students has increased significantly, yet it is not fully supported by adequate digital and visual literacy. Various issues such as cyberbullying, the spread of unverified information, oversharing, and digital social pressure are frequently experienced by adolescents. These conditions were also identified among students of SMA Islam Al Hikmah Mayong based on preliminary observations and classroom discussions. This community service program aimed to enhance students' awareness of ethical social media behavior while developing their visual communication skills through mentoring in designing a visual campaign entitled “Wise Use of Social Media.” The method employed participatory practice-based mentoring, including problem identification, delivery of digital literacy and visual communication design principles, group-based campaign design activities, as well as presentation and reflection sessions. The results indicated an improvement in students' understanding of digital behavior impacts and their ability to construct structured, communicative, and persuasive visual messages. The campaign outputs demonstrated clearer visual hierarchy, concise slogans, and more balanced compositions. This program proves that a visual communication design approach can serve as an effective preventive strategy in fostering a healthy digital communication culture within senior high school environments.

Keyword: visual campaign, digital literacy, social media ethics, visual communication design, senior high school students.

PENDAHULUAN

SMA Islam Al Hikmah Mayong merupakan lembaga pendidikan menengah yang memiliki komitmen dalam penguatan karakter dan nilai keislaman. Namun, sebagaimana sekolah menengah pada umumnya, siswa di lingkungan ini juga merupakan pengguna aktif media sosial. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi tidak selalu diiringi dengan pemahaman yang memadai mengenai etika digital dan dampak komunikasi daring.

Menurut UNICEF (2020), satu dari tiga remaja pernah mengalami perundungan daring. Selain itu, UNESCO (2018) menekankan pentingnya literasi media dan informasi sebagai kompetensi dasar abad ke-21. Tanpa literasi tersebut, remaja rentan terhadap hoaks, ujaran kebencian, serta penyalahgunaan data pribadi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di SMA Islam Al Hikmah Mayong, ditemukan beberapa kecenderungan, antara lain: penggunaan media sosial tanpa verifikasi informasi, kecenderungan berbagi konten secara impulsif, serta belum adanya media kampanye internal sekolah yang mengedukasi tentang etika bermedia sosial. Situasi ini menunjukkan urgensi intervensi preventif yang bersifat partisipatif dan kontekstual.

Dalam ranah Desain Komunikasi Visual (DKV), kampanye visual merupakan strategi komunikasi publik yang efektif dalam membangun kesadaran kolektif. Menurut Landa (2014), desain grafis berfungsi sebagai alat komunikasi strategis yang mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens melalui pengolahan pesan visual.

Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pendampingan perancangan kampanye visual “Bijak Bermedia Sosial” bagi siswa SMA Islam Al Hikmah Mayong sebagai upaya membangun budaya komunikasi digital yang sehat dan beretika.

Tujuan kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan kesadaran siswa SMA Islam Al Hikmah Mayong mengenai etika bermedia sosial.
2. Mengembangkan kemampuan komunikasi visual siswa melalui praktik perancangan kampanye.
3. Mendorong terciptanya media edukasi internal sekolah yang relevan dan aplikatif

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara langsung di ruang kelas SMA Islam Al Hikmah Mayong dengan melibatkan siswa kelas XI sebagai peserta. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif berbasis praktik desain.

Pelaksanaan diawali dengan diskusi reflektif mengenai pengalaman siswa dalam menggunakan media sosial. Dalam sesi ini, siswa mengemukakan fenomena yang mereka temui, seperti komentar negatif, penyebaran berita yang belum terverifikasi, serta unggahan yang menimbulkan konflik antar teman. Diskusi ini bertujuan menggali konteks nyata yang terjadi di lingkungan siswa.

Selanjutnya, tim pengabdian menyampaikan materi mengenai literasi digital, dampak cyberbullying, serta pentingnya berpikir sebelum mengunggah konten. Materi dilanjutkan dengan pengenalan prinsip dasar desain komunikasi visual, meliputi hierarki visual, tipografi komunikatif, penggunaan warna persuasif, komposisi, serta penyusunan slogan singkat yang kuat.

Setelah pemaparan materi, siswa dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil sesuai dengan konfigurasi tempat duduk di kelas. Setiap kelompok diminta merancang kampanye visual manual bertema “Bijak Bermedia Sosial”. Subtema yang diangkat antara lain “Stop Cyberbullying”, “Cek Fakta Sebelum Share”, dan “Posting dengan Etika”.

Tahap akhir berupa presentasi hasil karya di depan kelas. Siswa menjelaskan konsep pesan, target audiens, serta alasan pemilihan elemen visual. Evaluasi dilakukan menggunakan lembar observasi dengan indikator: kejelasan pesan, kekuatan slogan, hierarki visual, dan relevansi tema dengan isu etika digital di SMA Islam Al Hikmah Mayong.

HASIL DAN PEMBAHASAN (Times New Roman 12)

Isi Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pendampingan perancangan kampanye visual “Bijak Bermedia Sosial” di SMA Islam Al Hikmah Mayong menunjukkan perubahan yang signifikan baik pada aspek kognitif (pemahaman etika digital) maupun aspek keterampilan (kemampuan komunikasi visual). Hasil kegiatan dianalisis berdasarkan observasi proses, kualitas karya visual, serta refleksi siswa setelah kegiatan.

1. Peningkatan Kesadaran terhadap Risiko Media Sosial

Pada tahap awal diskusi, sebagian siswa menganggap aktivitas berbagi ulang (repost) sebagai tindakan yang netral tanpa konsekuensi serius. Namun setelah sesi literasi digital yang membahas jejak digital dan dampak psikologis perundungan daring, terjadi perubahan pemahaman yang cukup signifikan.

Menurut UNICEF (2020), cyberbullying dapat berdampak pada stres, kecemasan, dan penurunan kepercayaan diri remaja. Dalam diskusi reflektif pasca kegiatan, siswa mulai mampu mengidentifikasi bahwa komentar bercanda yang bersifat merendahkan juga termasuk bentuk kekerasan simbolik di ruang digital.

Selain itu, pemahaman mengenai pentingnya verifikasi informasi sebelum membagikan konten juga meningkat. UNESCO (2018) menekankan bahwa literasi media dan informasi mencakup kemampuan mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara kritis. Setelah pendampingan, siswa menunjukkan kemampuan membedakan informasi faktual dan opini, serta memahami pentingnya sumber terpercaya.

Perubahan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang dikaitkan dengan pengalaman nyata siswa lebih efektif dibandingkan metode ceramah satu arah.

2. Perkembangan Kemampuan Penyusunan Pesan Kampanye

Sebelum pendampingan, siswa cenderung menuliskan pesan dalam bentuk kalimat panjang tanpa fokus yang jelas. Misalnya, slogan awal berbunyi:
“Gunakan media sosial dengan baik supaya tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.”

Setelah diberikan pemahaman mengenai prinsip komunikasi visual dan perumusan slogan persuasif, pesan tersebut berubah menjadi:
“Posting Cerdas, Bukan Sekadar Viral.”

Perubahan ini menunjukkan peningkatan kemampuan menyederhanakan pesan tanpa menghilangkan makna. Menurut Landa (2014), desain grafis yang efektif harus mampu mereduksi kompleksitas pesan menjadi bentuk visual yang ringkas namun kuat secara makna.

Slogan yang lebih singkat dan tajam memiliki daya persuasi yang lebih tinggi karena mudah diingat dan cepat dipahami oleh audiens.

3. Penerapan Prinsip Hierarki Visual

Pada karya awal, sebagian besar kelompok menempatkan seluruh teks dalam ukuran yang relatif sama. Hal ini menyebabkan tidak adanya titik fokus (focal point) sehingga pesan utama tidak menonjol.

Setelah diberikan materi mengenai hierarki visual, siswa mulai menerapkan:

- a) Judul dengan ukuran paling besar dan tebal
- b) Subjudul dengan ukuran menengah
- c) Isi dengan ukuran lebih kecil

Konsep ini sejalan dengan prinsip visual hierarchy yang dijelaskan oleh Lupton (2010), bahwa perbedaan ukuran, berat huruf, dan posisi elemen menentukan urutan baca audiens. Perubahan tersebut menghasilkan alur baca yang lebih sistematis, sehingga pesan kampanye lebih mudah dipahami dalam waktu singkat.

4. Peningkatan Kualitas Komposisi dan Penggunaan Ruang Kosong

Awalnya siswa cenderung memenuhi seluruh bidang kertas tanpa mempertimbangkan ruang kosong (white space). Akibatnya desain terlihat padat dan sulit dibaca.

Setelah diberikan pemahaman mengenai pentingnya ruang kosong sebagai elemen desain, siswa mulai menyisakan jarak antar elemen. Menurut Ambrose dan Harris (2011), ruang kosong bukanlah area yang tidak berguna, melainkan bagian penting yang membantu meningkatkan keterbacaan dan fokus visual.

Karya akhir menunjukkan komposisi yang lebih seimbang antara teks dan ilustrasi, serta distribusi elemen yang tidak lagi menumpuk pada satu sisi bidang.

5. Integrasi Nilai Edukasi dan Desain Visual

Salah satu temuan penting dari kegiatan ini adalah terjadinya internalisasi nilai melalui proses kreatif. Ketika siswa merancang visual kampanye anti-cyberbullying, mereka secara tidak langsung merefleksikan perilaku mereka sendiri di media sosial.

Pendekatan ini selaras dengan konsep active learning yang dikemukakan oleh Bonwell dan Eison (1991), bahwa pembelajaran aktif mendorong keterlibatan kognitif dan afektif yang lebih dalam dibandingkan metode pasif.

Produksi kampanye visual menjadikan siswa sebagai agen perubahan, bukan hanya objek edukasi. Hal ini meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap pesan yang mereka hasilkan.

6. Dampak Sosial di Lingkungan Kelas

Setelah sesi presentasi, beberapa siswa menyatakan bahwa mereka mulai lebih berhati-hati dalam memberikan komentar di media sosial. Selain itu, muncul kesepakatan informal antar siswa untuk saling mengingatkan apabila terdapat unggahan yang berpotensi merugikan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kampanye visual yang dirancang secara kolaboratif dapat memicu pembentukan norma sosial baru di lingkungan sekolah. Secara teoritis, komunikasi visual publik memiliki fungsi normatif dalam membentuk opini dan perilaku kolektif.

7. Interpretasi Akademik

Temuan kegiatan ini menunjukkan bahwa desain komunikasi visual bukan sekadar praktik estetika, melainkan instrumen edukatif yang strategis. Sesuai dengan pandangan Tufte (2001), visualisasi informasi yang efektif mampu meningkatkan pemahaman secara cepat dan akurat.

Lebih lanjut, literasi digital yang dikombinasikan dengan produksi visual memungkinkan siswa mengembangkan kemampuan berpikir kritis sekaligus kreatif. Integrasi keduanya memperkuat kompetensi abad ke-21 yang menekankan communication, creativity, critical thinking, dan collaboration.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat berupa Pendampingan Perancangan Kampanye Visual “Bijak Bermedia Sosial” di SMA Islam Al Hikmah Mayong dilaksanakan sebagai respons terhadap meningkatnya intensitas penggunaan media sosial di kalangan remaja yang belum sepenuhnya diimbangi dengan literasi digital dan literasi visual yang memadai. Berdasarkan hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pendekatan berbasis Desain Komunikasi Visual efektif sebagai strategi edukatif preventif dalam membangun kesadaran etika digital siswa.

Pendampingan yang dilakukan secara partisipatif mendorong siswa untuk tidak hanya memahami risiko media sosial seperti cyberbullying, penyebaran hoaks, dan oversharing, tetapi juga mampu menerjemahkan pemahaman tersebut ke dalam bentuk kampanye visual yang terstruktur, komunikatif, dan persuasif. Terjadi peningkatan dalam aspek perumusan pesan, penerapan hierarki visual, pengelolaan komposisi, serta kemampuan menyederhanakan gagasan menjadi slogan yang kuat dan mudah diingat.

Lebih lanjut, proses kreatif yang melibatkan refleksi pengalaman pribadi terbukti memperkuat internalisasi nilai etika bermedia sosial. Siswa tidak lagi diposisikan sebagai objek penyuluhan, melainkan sebagai subjek aktif yang berperan sebagai agen perubahan di lingkungan sekolah. Kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi literasi digital dengan praktik desain komunikasi visual dapat menjadi model pengabdian masyarakat kategori ringan yang relevan, aplikatif, dan berdampak langsung pada pembentukan budaya komunikasi digital yang sehat di tingkat sekolah menengah atas.

Dengan demikian, program ini direkomendasikan untuk direplikasi secara berkelanjutan dengan penguatan evaluasi kuantitatif agar dampaknya dapat terukur secara lebih sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The fundamentals of graphic design* (2nd ed.). AVA Publishing.

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). *Active learning: Creating excitement in the classroom*. The George Washington University, School of Education and Human Development.

Landa, R. (2014). *Graphic design solutions* (5th ed.). Cengage Learning.

Lupton, E. (2010). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students* (2nd ed.). Princeton Architectural Press.

Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information* (2nd ed.). Graphics Press.

UNESCO. (2018). *Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies*. UNESCO Publishing.
<https://unesdoc.unesco.org/>

UNICEF. (2020). *Cyberbullying: What is it and how to stop it*. UNICEF.
<https://www.unicef.org/>