



**PENYULUHAN GENERASI MUDA KRISTEN MILENIAL YANG CERDAS
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL**

**INTELLIGENT MILENIAL CHRISTIAN COUNSELING FOR THE YOUNG GENERATION
USING SOCIAL MEDIA**

**¹Hotmaulina Sihotang, ²Manahan Tampubolon, ³Bernadetha Nadeak, ⁴Rospita A.
Siregar, ⁵Cheri Surina Ita**

¹²³⁴⁵Universitas Kristen Indonesia

¹hotmaulina.sihotang@uki.ac.id, ²manahan_tb@yahoo.com,

³bernadetha.nadeak@uki.ac.id, ⁴rospita.siregar@uki.ac.id,

⁵cheri.ita@bpkpenaburjakarta.or.id

Masuk : 09 September 2022

Penerimaan : 22 Desember 2022

Publikasi : 25 Desember 2022

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di HKBP Duren Jaya merupakan implementasi dan keberlanjutan MoU antara Universitas Kristen Indonesia dengan HKBP Duren Jaya tahun 2020. Penilaian pimpinan gereja bahwa pembekalan seminar bagi peserta sidi dan orangtua sangat dibutuhkan karena menyeimbangkan materi dari gereja dan pengetahuan yang diberikan oleh pakar pendidikan. Selain itu pernyataan orangtua yang menyatakan memotivasi anak-anak agar menimba ilmu sampai ke tingkat pendidikan yang paling tinggi. PkM yang kami lakukan bertujuan *sharing knowledge* kepada peserta sidi dan orangtua peserta sidi agar peserta sidi dibekali juga pengetahuan tentang menggunakan media sosial yang cerdas. Responden PkM adalah peserta sidi dan orangtua peserta sidi. Teknik pengambilan responden dengan purposive sampling karena sesuai dengan kebutuhan dan program gereja. *Sharing knowledge* dilaksanakan dalam bentuk seminar dan tanya jawab. Hasil PkM adalah peserta sidi dan orangtua peserta sidi memperoleh pemahaman (1) kompetensi masa depan dan kompetensi era digital; (2) cerdas menggunakan media sosial; dan (3) mengetahui sanksi hukum bagi penyebaran *hoax*.

Kata Kunci : Digital; Hoaks; Kompetensi; Media; Sosial.

ABSTRACT

Community Service (PkM) at HKBP Duren Jaya is the implementation and MoU between the Universitas Kristen Indonesia and HKBP Duren Jaya, year 2020. The church leadership's assessment is that the provision of seminars for "pelajar sidi" and parents is very necessary because it balances material from the church and the knowledge provided by education experts. In addition, parental statements stating the motivation of "pelajar sidi" to gain knowledge up to the highest level of education. The PKM that we do aims to share knowledge with "pelajar sidi" and their parents so that they are also equipped with knowledge about the smart use of social media. Respondents of PkM are study participants and their parents. The technique of taking respondents was purposive sampling because it was in accordance with the needs and programs of the church. Knowledge sharing is carried out in the form of seminars and questions and answers. The results of the PkM are that the study participants and their parents gain an understanding of (1) future competencies and digital era competencies; (2) smart use of social media; and (3) knowing the legal sanctions for the spread of hoaxes.

Keywords : Digital; Hoax; Competence; Media; Social.

A. PENDAHULUAN

PkM merupakan kewajiban dan memberi kesempatan kepada dosen dan mahasiswa secara bersama-sama membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan dan pemecahan masalah. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa bertujuan melakukan pemberdayaan sebagai sebuah proses pencarian (*research*) yang dilakukan bersama-sama untuk mencari jalan terbaik dalam penyelesaian persoalan yang mereka hadapi. Dosen dan mahasiswa melakukan tugas pendampingan terhadap apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam menghadapi problem sosial yang ada di tengah-tengah mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat diprogramkan sebagai proses pembelajaran hidup bermasyarakat (pengabdian). Dalam kondisi demikian ini, orientasi program pengabdian masyarakat lebih berkisar pada: (1) pelayanan masyarakat, sehingga mampu membangkitkan semangat dan menyadarkan masyarakat untuk melakukan perubahan atas problem yang mereka hadapi, (2) pelayanan untuk menyelesaikan berbagai pekerjaan di masyarakat (Sihotang et al., 2020).

Di era globalisasi ini, media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam kebutuhan bersosialisasi dan komunikasi. Hanya dalam satu genggam, seluruh manusia di muka bumi kini bisa dengan mudahnya bertukar informasi, mengakses gambar atau video, hingga pengetahuan baru tanpa celah. Karena itu masyarakat perlu diberikan pemahaman agar generasi milenial sebagai pemimpin masa depan harus cerdas menggunakan media sosial. Demikian halnya dengan peserta sidi HKBP Duren Jaya sebagai generasi milenial kristen diberikan pembekalan dari gereja dan pengetahuan tentang kompetensi era digital, kompetensi masa depan di era globalisasi dimana media sosial merupakan tools.

Generasi millennial adalah generasi Y yang berusia diperkirakan usia 25-40 tahun di tahun 2021. Karakteristik generasi millennial ini tentu saja berbeda dengan generasi sebelumnya (generasi x) dan generasi sesudahnya (generasi z). Generasi millennial yang lahir pada saat teknologi telah maju. Mereka tumbuh di dunia yang telah mahir menggunakan media sosial dan juga smartphone sehingga otomatis mereka sangat mahir dalam teknologi. Generasi yang memiliki keingintahuan tinggi, percaya diri, dan merupakan generasi yang paling banyak membaca buku. Generasi milenial sering dinilai sebagai generasi yang malas karena sering bermain ponsel. Namun generai milenial sangat rentan terserang depresi serta gangguan kecemasan.

Dalam seminar disampaikan, sepuluh (10) karakteristik dasar generasi millennial berikut ini (Remaja, I.N.G. dan Ardana, 2020), yakni gampang bosan pada barang yang dibeli; no gadget no life; hobbi melakukan pembayaran non-cash; suka dengan yang serba cepat dan instan; memilih pengalaman daripada asset; berbeda perilaku dalam grup satu dan yang lain; jago multitasking; kritis terhadap fenomena sosial; dikit-dikit posting dan bagi millennial '*sharing is cool*'.

Selain 10 karakter dasar generasi milenial juga diberikan kompetensi yang harus dimiliki yakni kompetensi masa depan, dan kompetensi era digital. Kompetensi masa depan diantaranya kreativitas, kolaborasi, kemampuan bekerja sama, kemampuan memproses informasi secara kritis, kemampuan memecahkan masalah, kemampuan berempati.

Sedangkan kompetensi digital adalah kemampuan dalam mengelola teknologi informasi. Mengacu pada Digcom 2.0, European Comission (2015), (Yasadhana, 2019), setidaknya terdapat lima kompetensi digital yang dapat diupayakan

meliputi: (1) Informasi dan literasi; (2) Komunikasi dan kolaborasi; (3) Kemampuan menciptakan konten digital, berkaitan dengan berbagai keterampilan pengembangan, integrasi, dan reelaborasi konten digital. Kompetensi ini juga mencakup pemahaman hak cipta, lisensi, pemograman; (4) Keamanan, termasuk kemampuan menjamin perlindungan terhadap gawai, data dan kerahasiaan, kesehatan, dan lingkungan/proses belajar; (5) Kemampuan memecahkan dan mengatasi persoalan.

Beberapa media sosial yang kita gunakan karena kemudahannya adalah Instagram, Twitter, YouTube, Facebook, WhatsApp, dan lain-lain. Saking mudahnya, kita jadi sering lupa diri dan malah menghabiskan waktu dengan bermain medsos. Di samping itu, sekarang marak pula terjadinya penyalahgunaan medsos seperti penyebaran hoax, penyebaran ujaran kebencian, dan hal-hal fatal lainnya yang bisa merugikan banyak pihak. Media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet, beralaskan pada ideologi dan teknologi Web 2.0 sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunanya (Kaplan & Haenlein, 2010).

Waktu rerata yang dihabiskan setiap individu untuk menggunakan media sosial semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hampir dua pertiga masyarakat dewasa di Amerika menggunakan lebih dari satu media sosial (Perrin, 2015), 2015). Dewasa muda (18-29 tahun) memiliki rerata pengguna media sosial terbesar (90%), dan grup usia lain (remaja dan dewasa) juga mengalami peningkatan jumlah yang signifikan. Contohnya Facebook yang memiliki satu milyar pengguna di seluruh dunia, jumlah fantastis yang dapat melebihi jumlah warga suatu negara. Jumlah ini mulai bersaing dengan pengguna Twitter, diikuti dengan media baru seperti Instagram dan Snapchat. Facebook tetap populer dikalangan dewasa muda, tetapi kalangan remaja mulai beralih ke Instagram dan Snapchat (Duncan, 2016; Lang, 2015). Hasil dari survei yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo, menunjukkan 5 media sosial terpopuler di Indonesia, yaitu Facebook (65 juta pengguna), Twitter (19,5 juta pengguna), Google+ (3,4 juta pengguna), LinkedIn (1 juta pengguna), dan Path (700 ribu pengguna). Permasalahan yang timbul pada penggunaan media sosial antara lain berupa peleburan ruang privat dengan ruang publik para penggunanya. Hal ini mengakibatkan pergeseran budaya berupa pengguna tak lagi segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman atau kolega melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka (Ayun, 2015).

Penggunaan media sosial juga dapat menyebabkan ketergantungan/ adiksi yang berdampak buruk. Salah satunya adalah hubungan antara penggunaan Facebook dengan menurunnya kualitas tidur. Kebanyakan pengguna media sosial yang terkena imbas buruk ini adalah wanita, karena suatu studi oleh (Duggan et al., 2013) menyatakan bahwa wanita lebih aktif pada media sosial dibanding pria dan kehidupannya banyak dipengaruhi oleh media sosial. Masalah yang tak kalah pelik adalah penyebaran berita hoax, *hate crime* (*cyberhate*), dan *cyber-bullying* yang semakin meningkat (Williams & Pearson, 2016).

Permasalahan yang timbul dalam penggunaan media sosial beraneka ragam, dan setiap permasalahan akan berdampak pada setiap dimensi kehidupan sosial. Permasalahan tersebut antara lain: perubahan sosio-budaya komunikasi online berbeda dengan komunikasi satu arah (televisi, radio, maupun surat kabar), karena pengguna online tidak hanya membacanya, namun dapat merespon pesan saat itu juga. Untuk memahami bagaimana media sosial dapat mengakibatkan perubahan sosial, penting untuk memahami proses yang mendasarinya,

diantaranya: bergabung dengan suatu kelompok secara virtual; mendapat pesan dan updates mengenai kegiatan kelompok; membaca, memberi komentar atau posting mengenai suatu berita atau informasi; menerima atau mengirim pesan pribadi kepada ketua maupun anggota kelompok; membaca dan ikut serta pada pembicaraan transparan yang dapat diketahui semua anggota; mengintai di dalam grup yaitu membaca informasi didalam grup tanpa membuat anggota lain sadar bahwa ia adalah anggota dalam grup tersebut; berinteraksi dengan orang lain tanpa mempedulikan batasan sosial maupun lokasi.

Perubahan sosial budaya adalah suatu struktur sosial dan pola budaya dalam masyarakat yang mengalami perubahan akibat sifat dasar manusia yang selalu menginginkan perubahan. Perubahan sosial budaya yang disebabkan media sosial dapat bersifat positif maupun negatif. Perubahan yang bersifat positif dapat mempermudah komunikasi antar budaya, pertukaran pengetahuan, dan mempermudah transaksi bisnis. Perubahan yang bersifat negatif salah satunya adalah geger budaya (*culture shock*). Geger budaya terjadi akibat informasi yang diperoleh dari media sosial ditelan bulat-bulat, diyakini kebenarannya dan diterapkan dalam kehidupan keseharian, walaupun sebenarnya tidak sesuai dengan budaya sekitar. Hal ini dapat menyebabkan perubahan nilai, norma, maupun aturan dalam berkomunikasi. (Samovar et al., 2013) mengatakan bahwa media sosial dapat mengakibatkan perubahan pada enam unsur budaya:

1. Pertama, Media sosial. Media sosial membawa perubahan pada kepercayaan (*belief*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*). Dengan media sosial, masalah hubungan seseorang dengan sang pencipta tidak lagi dianggap sebagai hubungan individual, tetapi kelompok. Seseorang dapat berbagi pengalaman rohaninya atau ucapan rasa syukur terhadap pencipta dengan orang lain maupun kelompok misalnya dengan menggunakan Facebook atau Twitter. Media sosial juga dapat mengubah nilai-nilai dalam masyarakat, misalnya budaya masyarakat Indonesia dikenal dengan budaya sopan santun. Dengan media sosial, terjadi pergeseran nilai karena seseorang dapat memberi kritik tajam, hujatan, bahkan makian secara langsung terhadap individu atau kelompok lain tanpa memikirkan konsekuensi pada sang terhujat. Media sosial juga menyebabkan perubahan sikap pada masyarakat.
2. Kedua, pandangan dunia (*worldview*). Cara pandang sempit (tradisional) yang berubah menjadi cara pandang global (modern). Hal inilah yang sering mengakibatkan geger budaya. Sebagai contoh gaya berpacaran remaja di luar negeri yang cenderung bebas dan diupload pada Facebook atau media sosial lainnya, telah banyak diterapkan oleh remaja Indonesia, walaupun sebenarnya sangat bertentangan dengan budaya sekitar.
3. Ketiga, Organisasi sosial. Organisasi sosial yang dibentuk di media sosial seperti Facebook tidak lagi bersifat resmi dan terikat seperti di dunia nyata. Seorang anggota organisasi sosial di Facebook dapat sangat aktif maupun pasif, tidak ada keterikatan dan rasa tanggung jawab seperti pada dunia nyata. Tetapi justru hal inilah yang membuat sebagian besar masyarakat merasa tertarik untuk bergabung dengan organisasi pada media sosial.
4. Keempat, Tabiat manusia (*human nature*). Status pada Facebook maupun media sosial lain sering menunjukkan tabiat narsis, egosentris, ingin merasa lebih dari yang lain dan ingin menonjolkan kelebihan diri sendiri. Banyak juga yang terlihat berusaha membuka kekurangan dan memojokkan orang lain. Tabiat buruk yang dahulu ditutupi, sekarang jelas terpampang pada

media sosial seseorang dengan atau tanpa disadari oleh pemilik akun tersebut.

5. Kelima, Orientasi kegiatan (*activity orientation*). Orientasi kegiatan yang bersifat positif antara lain mengupload kegiatan untuk tujuan bisnis, perdagangan atau kegiatan sosial. Orientasi kegiatan yang bersifat negatif antara lain mengupload suatu kegiatan dengan tujuan pamer, atau membangun citra diri. Keenam, Persepsi tentang diri sendiri dan orang lain (*perception on self and others*). Perilaku pengguna Facebook yang berusaha membangun konsep diri mereka sendiri dengan menuliskan status pada laman Facebook mereka. Mengekspos diri sendiri untuk mendapat perhatian orang lain, misalnya dengan mengupload (*upload*) foto untuk berlomba mendapatkan "like" dari orang lain. Perubahan psikologis dan gangguan *privacy* Remaja dan dewasa muda adalah pengguna media sosial terbesar yang sering mengungkapkan kekecewaan, kesedihan, dan kesulitan hidupnya di media sosial.

Smith (2013) mengungkapkan bahwa 84% pengguna Facebook berusia 18-29 tahun. Di California (Smith, 2013), Amerika Serikat, sekitar 23% remaja melaporkan tindakan bullying oleh sesamanya, dan prevalensi cyberbullying maupun bullying di kehidupan nyata sama besarnya (Lenhart et al., 2007). *Cyber-bullying* diketahui menyebabkan angka depresi dan anxietas yang lebih besar dibandingkan bullying tradisional. Hal ini akan mendorong tindakan bunuh diri pada remaja. Tindakan bunuh diri ini sering diakibatkan karena membaca komentar yang menyakitkan beberapa hari sebelum dilakukan tindakan tersebut. Korban biasanya berasal dari kalangan LGBT (*Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender*). Sebanyak 54% remaja LGBT mengalami kasus *cyberbullying* di Amerika (Blumenfeld & Cooper, 1983), sedangkan kegiatan *cyber-bullying* di Indonesia banyak terjadi pada *public figure* seperti politisi, selebriti maupun tokoh publik lainnya (Anwar, 2018).

Remaja korban *cyber-bullying* juga berisiko mendapatkan perlakuan buruk di dunia nyata, seperti pelecehan seksual maupun kekerasan fisik (Fine et al., 2008). Korban cyberbullying ini juga berisiko menjadi pelaku cyber-bullying pada orang lain (Ybarra, 2004), suatu kegiatan negatif viral yang seharusnya dapat dicegah. Perubahan dan Permasalahan Media Sosial Fahmi Anwar 141 Banyak studi yang menjelaskan bahwa remaja atau pengguna media sosial sebenarnya juga peduli dengan *privacy* mereka, walaupun disatu sisi mereka tak keberatan mengumbar informasi pribadi ke khalayak ramai. Beberapa fitur "*private*" sering dipakai pengguna media sosial untuk melindungi informasi diri mereka hanya kepada orang yang mereka kenal atau inginkan. Sebanyak 21% remaja mengatakan bahwa berbagi informasi pribadi secara online adalah kegiatan yang dianggap aman.

The Huffington post (2016) menyatakan bahwa gangguan *privacy* akibat penggunaan media sosial adalah memungkinkannya peretas (*hacker*) meletakkan *spyware* yang dapat di install dengan mudah ke *handphone*, laptop, atau komputer melalui unduhan (*downloads*), email, *shortened URLs*, atau pesan singkat. *Spyware* akan memberikan informasi mengenai passwords akun apapun yang dapat diakses online. Data pribadi juga dapat dicuri dengan mudah dengan *hacking* email menggunakan data pribadi yang tertera pada profil media sosial (Post, 2016). Status check in pada media sosial juga dapat menunjukkan lokasi penggunaannya kepada publik, sehingga dapat mempermudah pihak-pihak yang mempunyai maksud kurang baik. Penggunaan media sosial juga dapat

menimbulkan ketergantungan dan gangguan tidur. Suatu penelitian menunjukkan dari total 418 subyek penelitian dengan usia rerata 20 tahun (77% wanita), ditemukan ketergantungan Facebook pada 8,6% subyek, dimana gangguan tidur ditemukan pada 55% subyek. Gangguan tidur pada pecandu media sosial ini juga ditemukan berhubungan dengan gangguan pada kinerja harian.

Permasalahan baru: *hoax*, *cyber-hate* dan *cyber-bullying* *Cyber-hate* telah hadir di komunikasi online dengan beragam konteks sejak internet mulai populer di masyarakat pertengahan 90-an. Suatu studi dari (Oksanen et al., 2014) menyatakan bahwa 67% remaja berusia 15-18 tahun telah terekspos pesan kebencian (*hate material*), dan 21% dari jumlah tersebut kemudian menjadi korban. Studi ini juga menyimpulkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial juga diimbangi dengan meningkatnya *cyber-hate*. Disimpulkan bahwa *hate-crimes* akan terkelompok dalam waktu tertentu dan cenderung meningkat secara dramatis setelah suatu kejadian pemicu, misalnya aksi teroris. *Hate-crimes* adalah suatu aksi komunikasi, sering terprovokasi oleh suatu kejadian disuatu kelompok target, melalui kelompok yang memiliki karakteristik serupa dengan pelaku (Williams & Pearson, 2016). *Cyber-bullying* adalah suatu bentuk *bullying* yang terjadi online, melalui media sosial, *gaming* atau ruang ngobrol (*chat room*). Berbeda dengan *bullying* tradisional, karena *Cyber-bullying* terjadi 24 jam/ hari, 7 hari/ minggu, dan mencapai korbannya dimanapun dia berada termasuk di rumah. *Cyber-bullying* memiliki banyak bentuk, antara lain:

1. Pelecehan/provokasi emosi (*harassment/ trolling*), adalah mengirimkan pesan bersifat mengancam atau menyerang, berbagi foto atau video aib/vulgar, atau memposting pesan yang mengancam atau memancing amarah pada situs jejaring sosial.
2. Fitnah (*denigration*), adalah informasi palsu, salah, berupa gosip yang menyebar.
3. Penyulut kemarahan (*flaming*), menggunakan bahasa ekstrim untuk memancing perkelahian.
4. Mencuri identitas seseorang atau membajak situs seseorang (*hacking*).
5. Pengecualian (*exclusion*), meninggalkan seseorang secara sengaja.
6. Mengirimkan gambar atau memaksa seseorang untuk mengirim gambar seksual.

Perkembangan media sosial sangat mempengaruhi perilaku dan keseharian kita, sebagai individu, tentunya harus bijak dalam menggunakan media sosial. berikut beberapa hal yang dapat dijadikan acuan dalam pemanfaatan media sosial secara bijak: (1) Proteksi informasi pribadi; (2) Etika dalam berkomunikasi; (3) Hindari penyebaran SARA dan pornografi; (4) Memandang penting hasil karya orang lain; (5) Baca berita secara keseluruhan, jangan hanya menilai dari judulnya; (6) Karena masih banyak kontroversi mengenai dampak positif dan negatif penggunaan media sosial, maka masih diperlukan banyak penelitian di masa yang akan datang; (7) Jangan Asal Posting Konten; (8) Sadari betul bahwa akun medsos kamu bisa dilihat secara publik, termasuk semua postingan di dalamnya; (9) Tak Perlu Detail Mencantumkan Informasi; (10) Jaga Etika; (11) Selalu Waspada dan Jangan Langsung Percaya

Pertumbuhan pengguna smartphone dan media sosial yang tidak diimbangi literasi digital menyebabkan berita palsu alias hoax merajalela. Tidak hanya melalui situs online, *hoax* juga beredar di pesan *chatting*. Jumlah *hoax* yang semakin meningkat dan tak terbendung membuat pemerintah akhirnya berinisiatif melakukan sejumlah cara bahkan penyebar *hoax* bisa dijerat hukum.

Pertanggungjawaban hukum kasus penyebaran berita bohong lewat jejaring media sosial berdasarkan undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik sudah jelas

Bagi penyebar hoax, dapat diancam Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau Undang-Undang ITE (UU ITE) yang menyatakan "Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik yang Dapat diancam pidana berdasarkan Pasal 45A ayat (1) UU 19/2016, yaitu dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1 miliar.

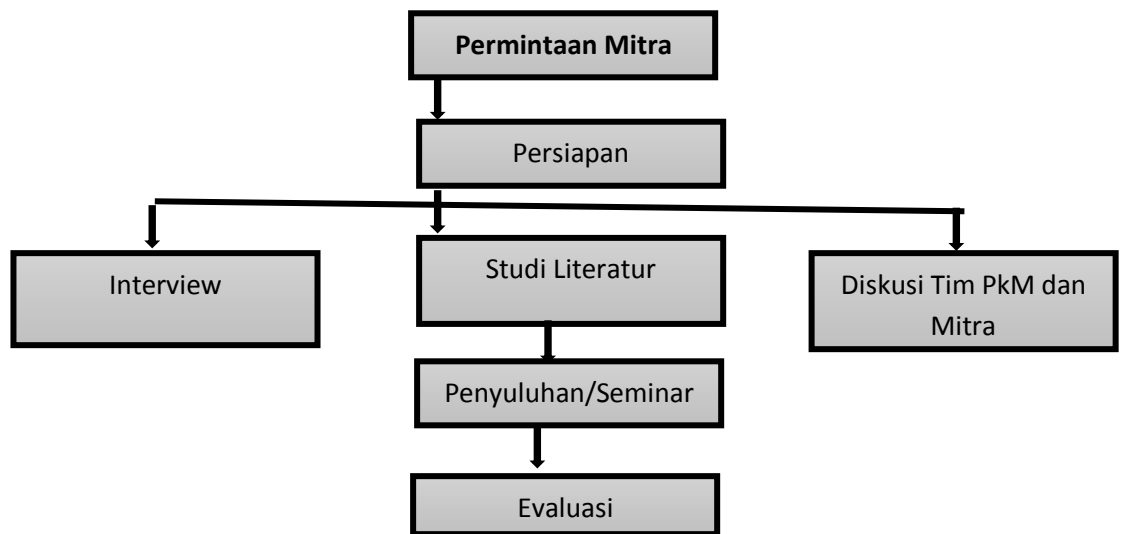
Dalam menekan angka terjadinya hoax, sosialisasi terus digencarkan pemerintah untuk meminimalisir penyebaran konten hoax. Masyarakat juga telah diinformasikan terkait hukuman bagi mereka yang berujar kebencian/SARA melalui UU ITE. Untuk melaporkan hoax, pengguna bisa melakukan *screen capture* disertai url link, kemudian mengirimkan data ke keaduankonten@mail.kominfo.go.id. Kiriman aduan segera diproses setelah melalui verifikasi. Kerahasiaan pelapor dijamin dan aduan konten dapat dilihat di laman web.trustpositif.kominfo.go.id.

Universitas Kristen Indonesia sebagai perguruan tinggi swasta Kristen melaksanakan tridharma perguruan tinggi dengan motto melayani bukan dilayani. UKI melaksanakan dharma pengabdian kepada masyarakat mengutamakan di lingkungan sekitar dengan jarak 50 km dengan kerjasama atau tanpa kerjasama dengan mitra. HKBP Duren Jaya berada di Kelurahan Duren Jaya, Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi sekitar 23 Km dari Universitas Kristen Indonesia. HKBP DUREN JAYA memiliki jemaat sekitar 550 KK. Program Pascasarjana UKI telah menjalin kerjasama dengan HKBP Duren Jaya pada tahun 2019. Sebagai implementasi MoU setiap semester UKI melakukan pengabdian masyarakat di gereja HKBP Duren Jaya Bekasi. Materi yang disampaikan disesuaikan sesuai dengan kebutuhan dan program mitra yakni generasi milenial Kristen yang bijak menggunakan media sosial.

Sehubungan dengan akan berakhirnya tahun ajaran pelajaran Sidi tahun 2021, mitra meminta Prodi Magister Administrasi Pendidikan untuk memberikan *sharing knowledge* kepada peserta sidi dan orangtua serta remaja non peserta sidi.

B. METODE

Kegiatan PkM diawali dengan permintaan dari mitra HKBP Duren Jaya melalui komunikasi non formal oleh Pdt. Rittar Simorangkir. Studi awal dengan survey ke HKBP Duren Jaya dengan melakukan wawancara Pdt Rittar Simorangkir, S.Th, berkaitan dengan program Sidi (Marguru Malua) dan Program tahunan HKBP Duren Jaya. Kegiatan ini tentu didasari adanya MoU antara Program Pascasarjana dengan HKBP Duren Jaya. Tema PkM kami kembangkan berdasarkan kebutuhan dari pihak mitra. Berikut kerangka pelaksanaan PkM



Gambar 1. Pelaksanaan PkM

Responden kegiatan PkM adalah seluruh pelajar sisi TA 2020/2021 sebanyak 17 orang dan orangtua pelajar sisi. Teknik pengambilan responden berdasarkan *purposive sampling*. Metode pemecahan masalah yang digunakan adalah penyuluhan, *sharing knowledge* dan latihan. *Sharing knowledge* dilaksanakan dalam bentuk ceramah interaktif dan tanya jawab.

C. HASIL ATAU PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat di gereja HKBP Duren Jaya diawali dengan ibadah yang dipimpin Pdt. Pantas Manalu, S.Th. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk aksi sosial dan Seminar tentang penyuluhan bagi generasi muda kristen milenial yang cerdas menggunakan media sosial.

1. Penyuluhan bagi generasi muda Kristen Milenial yang cerdas menggunakan media sosial, diawali dengan memberikan topik tentang Karakter Milenial, Sifat, dan Ayat Alkitab. Selama berlangsung seminar, pelajar sisi sebagai menyadari karakteristik dasar generasi millennial. Narasumber memberikan pemahaman bahwa karakteristik generasi millennial didasarkan firman Tuhan ada yang bernilai positif atau bernilai negatif. Narasumber membimbing peserta mencari dan membaca ayat dari Alkitab sesuai dengan karakteristik dasar generasi milinial dan peserta diminta mengidentifikasi sifat tersebut (positif/negatif).

Tabel 1.

No	Karakteristik	+	-	Ayat Alkitab
1	Gampang bosan pada barang yang dibeli		V	“Janganlah kamu mengumpulkan harta di bumi; di bumi ngengat dan karat merusakkannya dan pencuri membongkar serta mencurinya.” (Matius 6:19)
2	No Gadget No Life		V	“Jangan ada padamu allah lain di hadapan-Ku.” (Ulangan 5:7)
3	Hobi melakukan pembayaran non-cash	V		“Lalu tersebarlah dengan cepat kabar tentang Dia ke segala penjuru di seluruh Galilea.” (Markus 1:28) Jadi, semuanya serba cepat

4	Suka dengan yang serba cepat dan instan		V	Jadi ayat yang bisa menyelesaikan adalah "Tetapi jika kita mengharapkan apa yang tidak kita lihat, kita menantikannya dengan tekun." (Roma 8:25) dan "Sebab kamu memerlukan ketekunan, supaya sesudah kamu melakukan kehendak Allah, kamu memperoleh apa yang dijanjikan itu." (Ibrani 10:36)
5	Memilih pengalaman daripada asset	V	V	Ayat yang bisa menolong kita untuk berhati-hati adalah "Karena iman Henokh terangkat, supaya ia tidak mengalami kematian, dan ia tidak ditemukan, karena Allah telah mengangkatnya. Sebab sebelum ia terangkat, ia memperoleh kesaksian, bahwa ia berkenan kepada Allah." (Ibrani 11:5) Jadi, iman itu memang penting!
6	Berbeda perilaku dalam grup satu dan yang lain	V	V	Ayat yang bisa menolong kita untuk berhati-hati adalah "Jadi karena engkau suam-suam kuku, dan tidak dingin atau panas, Aku akan memuntahkan engkau dari mulut-Ku." (Wahyu 3:16) Jadi, kita harus punya prinsip!
7	Jago multitasking	V		"Sebab itu ambillah talenta itu dari padanya dan berikanlah kepada orang yang mempunyai sepuluh talenta itu. Karena setiap orang yang mempunyai, kepadanya akan diberi, sehingga ia berkelimpahan. Tetapi siapa yang tidak mempunyai, apapun juga yang ada padanya akan diambil dari padanya." (Matius 25:28-29)
8	Kritis terhadap fenomena sosial	V		Celakalah mereka yang menentukan ketetapan-ketetapan yang tidak adil, dan mereka yang mengeluarkan keputusan-keputusan kelaliman, untuk menghalang-halangi orang-orang lemah mendapat keadilan dan untuk merebut hak orang-orang sengsara di antara umat-Ku, supaya mereka dapat merampas milik janda-janda, dan dapat menjarah anak-anak yatim!" (Yesaya 10:1-2)
9	Dikit-dikit posting	V	V	"Dan marilah kita saling memperhatikan supaya kita saling mendorong dalam kasih dan dalam pekerjaan baik." (Ibrani 10:24) Selama yang dibagikan hal baik, maka it's OK
10	Tapi, bagi millennial 'sharing is cool'	V	V	Ayat yang bisa menolong kita untuk berhati-hati adalah "Janganlah kita jemu-jemu berbuat baik, karena apabila sudah datang waktunya, kita akan menuai, jika kita tidak menjadi lemah." (Galatia 6:9) Selama yang dibagikan hal baik, maka it's OK

- Menyampaikan pengetahuan tentang tahap untuk memasuki jenjang pendidikan ke perguruan tinggi di UKI yang menyediakan 33 program studi, dimungkinkan bagi remaja untuk memilih jalur prestasi akademik dan non akademik. Program studi yang ada di UKI seluruhnya memastikan mencetak sarjana yang professional dibidangnya dan mampu bersaing di industri

usaha dan bisnis. Harapan dari penyelenggara bahwa penyuluhan dari pakar bidang ilmu kependidikan mampu merubah *mindset* pelajar sidi untuk belajar sepanjang hayat sesuai dengan minat dan talenta. Dampak bagi Orang tua bahwa kehadiran dalam seminar ini akan mendorong mereka untuk menyekolahkan anak mereka ke perguruan tinggi.

3. Kemajuan ilmu pengetahuan berbasis digital harus diterima secara bijak di kalangan generasi muda. Untuk dunia pendidikan saat pandemi covid19 peran dan kemajuan IPTEK sangatlah membantu didalam proses belajar dan mengajar, misalnya didalam pemilihan metode pembelajaran online. Kemudian terkait dengan hubungan pendidikan dengan Sosial Media sejatinya haruslah mendukung membawa *value* yang positif, misalnya berfokus kepada sharing informasi berbasis keilmuan. Diharapkan pemahaman peserta akan media sosial yang digunakan untuk mencari sumber belajar, komunikasi dengan guru, teman belajar, dll. Dilaksanakan dengan batas-batas dan aturan yang baik.
4. Penerapan Sanksi Bagi Penyebar Berita menurut Hukum positif di Indonesia harus dipahami oleh generasi milenial bahwa sebelum memosting berita terlebih dahulu mencermati terlebih dahulu. Seperti berita yang baik dan penting perlu diposting, berita yang bohong (*hoax*) tidak diposting karena ada undang-undang tentang ITE. Berita tidak baik tidak perlu dishare karena akan terekam. Maka, penyebar *hoax* akan dikenakan KUHP, Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Undang-Undang No.40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis, serta tindakan ketika ujaran kebencian telah menyebabkan terjadinya konflik sosial.

Disampaikan bahwa ujaran kebencian bisa seperti penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menenangkan, memprovokasi, menghasut, dan penyebaran berita bohong. ujaran kebencian bertujuan untuk menghasut dan menyulut kebencian terhadap individu dan/atau kelompok masyarakat, antara lain suku, agama, aliran keagamaan, keyakinan/kepercayaan, ras, antargolongan, warna kulit, etnis, gender, kaum difabel, dan hingga orientasi seksual.

Kemudian ujaran kebencian atau *hate speech* ini dapat dilakukan dalam bentuk orasi kampanye, spanduk, jejaring media sosial, penyampaian pendapat di muka umum, ceramah keagamaan, media massa cetak maupun elektronik, sampai pamphlet. Hal penyampaian *hoax* dapat berbentuk dua hal. Pertama, berita bohong harus punya nilai subyek obyek yang dirugikan. Kedua, melanggar Pasal 28 ayat 2 Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Bahwa sanksi pidana dijelaskan dalam Pasal 40 ayat (2) Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.



Gambar 3a. Peserta Penyuluhan/Seminar



Gambar 3b. Acara penutupan

D. PENUTUP

Penyuluhan melalui seminar interaktif melalui tanya jawab yang efektif memberikan pemahaman kepada pelajar sidi agar menggunakan sosial media yang bijak, artinya *gadget* diutamakan digunakan untuk kegiatan pembelajaran untuk mencari sumber belajar dan perlu menggunakan gadget dalam waktu yang ditoleransi. Hasil penyuluhan memberikan pemahaman kepada peserta sidi dan orangtua terkait (1) kompetensi masa depan dan kompetensi era digital; (2) cerdas menggunakan media sosial; dan (3) mengetahui sanksi hukum bagi penyebaran hoax.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. (2018). Paradigma Sosialisasi dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak. *Komunida:Media Komunikasi Dan Dakwah*, 8(2), 155–167. <https://doi.org/10.35905/komunida.v8i2.631>
- Ayun, P. Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Channel Jurnal Rnal Komunikasi*, 3(2), 1–16. <https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3270>
- Blumenfeld, W. J., & Cooper, R. M. (1983). LGBT and Allied Youth Responses to Cyberbullying : Policy Implications by. *International Journal of Critical Pedagogy*, 3(1), 114–133.
- Duggan, M., Brenner, J., & others. (2013). *The demographics of social media users, 2012* (Vol. 14). Pew Research Center's Internet & American Life Project Washington, DC.
- Duncan, F. (2016). *So Long Social Media: The Kids Are Opting Out of The Online Public Sphere*. The Conversation. <https://theconversation.com/so-long-social-media-the-kids-are-opting-out-of-the-online-public-square-53274>
- Fine, M., Tuck, E., & Zeller-Berkmen, S. (2008). Do You Believe in Geneva? Methods and Ethics at the Global-Local Nexus. In *Handbook of Critical and Indigenous Methodologies* (pp. 157–180). Sage.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Lang, N. (2015). Why teens are leaving Facebook: It's 'meaningless.' *The Washington Post*, 21.
- Lenhart, A., Madden, M., Macgill, A. R., & Smith, A. (2007). *Teens and Social Media*. <https://doi.org/10.1145/3217804.3217920>
- Oksanen, A., Hawdon, J., Holkeri, E., & Näsi, M. (2014). Exposure to Online Hate

-
-
- Among Young Social Media Users. *Emerald Group Publishing Limited*, 18, 253–273. <https://doi.org/10.1108/s1537-466120140000018011>
- Perrin, A. (2015). *Social Media Usage: 2005-2015* (Issue October). www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/.
- Post, H. (2016). Aaseng, Nathan. 2001. *Women Olympic champions*. San Diego, CA: Lucent Books.
- Abrams, Roger I. 2013. *Playing tough: The world of sports and politics*. Boston, MA: Northeastern University Press.
- Ahmed, Qanta. 2012. *The Muslim woman at play: FIFA, the Olympics and the veil. Female Olympians: A Mediated Socio-Cultural and Political-Economic Timeline*, 5(2), 181.
- Remaja, I.N.G. dan Ardana, D. M. J. (2020). Pengamanan Informasi Dalam Rangka Mengawal Generasi Milenial Tolak Ancaman Berita Hoax. *Jurnal Inana Karya*, 01(01), 37–45. <https://ejournal.unipas.ac.id/index.php/JK/article/view/598/469>
- Samovar, L. A., Porter, E. R., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2013). *Communication between Cultures-Cengage Learning*. Wadsworth.
- Sihotang, H., Nadeak, B., & Siregar, R. (2020). Penerapan Belajar Mandiri dengan Strategi Efektif pada Masa Pandemi Covid-19 Bagi Remaja HKBP Duren Jaya Bekasi. *JURNAL Comunitã Servizio : Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Terkhusus Bidang Teknologi, Kewirausahaan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 2(2), 393–405. <https://doi.org/10.33541/cs.v2i2.1940>
- Smith, A. (2013). *Smartphone Ownership 2013. Pew Research Center's Internet & American Life Project*, 1–8. <http://www.pewinternet.org/2013/06/05/smartphone-ownership-2013/>
- Williams, M., & Pearson, O. (2016). *Hate Crime and Bullying in the Age of Social Media Conference Report*. Cardiff University.
- Yasadhana, V. (2019). *Kompetensi Digital. Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/opini/235121/kompetensi-digital>
- Ybarra, M. L. (2004). Linkages between Depressive Symptomatology and Internet Harassment among Young Regular Internet Users. *Cyberpsychology and Behavior*, 7(2), 247–257. <https://doi.org/10.1089/109493104323024500>