

PENYULUHAN LITERASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA

Louis Utama¹, Silviana Florensia², Ovilea Angelika³, Jovan Fernando⁴ & Fransiskus Blestio⁵

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: louisu@fe.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: silvianaflorensia7@gmail.com

³Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: ovilea.115220371@stu.untar.ac.id

⁴Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: jovanfernando49@gmail.com

⁵Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: fransblest@gmail.com

ABSTRACT

Digital literacy is currently an important and strategic thing for someone. Unwittingly during and after the pandemic, the use of gadgets has become an important part of everyday life from children to parents. Behind all that, if social media is not used wisely, it can cause many negative effects, including someone becoming individualistic, forgetting time, and not caring about the environment. This literacy aims to provide understanding and skills for individuals who use digital media so that they can critically and creatively choose information on various media platform s. Partners in this program are residents and contract workers in RW 02, Tanjung Duren Utara Village, Grogol Petamburan District, West Jakarta City. So far, partners have never received an understanding of social media, especially literacy about digital media which aims to strengthen the family economy. The solution provided by the Community Service team is to provide material counseling on digital literacy accompanied by training in the use of social media wisely and usefully. After the counseling ends, partners are expected to be able to start a new attitude in responding to the use of social media wisely and be able to use digital applications to improve the family economy.

Keywords; digital literacy, social media, family economy, digital applications

ABSTRAK

Literasi digital saat ini menjadi hal yang penting dan strategis bagi seseorang. Tanpa disadari saat dan setelah pandemi, penggunaan gawai menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari hari mulai dari anak hingga orangtua. Dibalik hal itu semua apabila media sosial tidak digunakan secara bijak maka dapat menimbulkan banyak efek negatif yang ditimbulkan diantaranya seseorang menjadi individualis, lupa waktu, serta kurang peduli terhadap lingkungan. Literasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kemampuan bagi individu yang menggunakan media digital agar dapat secara kritis dan kreatif untuk dapat memilih informasi yang berada di berbagai platform media. Mitra dalam program ini adalah warga dan pekerja kontrak yang berada di RW 02 Kelurahan Tanjung Duren Utara Kecamatan Grogol Petamburan Kota Jakarta Barat. Selama ini mitra belum pernah mendapatkan pemahaman mengenai media sosial terutama literasi mengenai media digital yang bertujuan untuk memperkuat ekonomi keluarga. Solusi yang diberikan oleh tim Pengabdian kepada masyarakat adalah penyuluhan materi mengenai literasi digital disertai dengan pelatihan penggunaan media sosial dengan bijak dan bermanfaat. Setelah penyuluhan berakhir mitra diharapkan dapat memulai sikap baru dalam menyikapi penggunaan media sosial dengan bijak serta dapat menggunakan aplikasi digital untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

Kata kunci; literasi digital, media sosial, ekonomi keluarga, aplikasi digital

1. PENDAHULUAN

Literasi digital saat ini menjadi hal yang penting dan strategis bagi masyarakat. Pemahaman ini dapat memperbaiki perilaku hidup masyarakat dalam melihat dan mehami penggunaan *platform* digital, serta efek yang diberikan atas moralitas serta terjadinya ketimpangan sosial dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030. Adapun harapan dari *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030 yang dikenal dengan pembangunan berkelanjutan serta berwawasan lingkungan, Model yang digencarkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sebagai salah satu upaya penting untuk mencapai pembangunan global. Para pimpinan negara termasuk Indonesia,

bersepakat pencapaian Pembangunan Berkelanjutan di tahun guna mengentaskan kemiskinan serta dapat mengurangi ketimpangan agar tercapai sinergi ekonomi, inklusi sosial, ketahanan dan kelestarian lingkungan, tata kelola yang baik, dan pemerintahan yang efektif untuk seluruh dunia pada tahun 2030. Di lain hal masalah terhadap moral yang sering muncul pada era digital sering diawali karena kurangnya pengetahuan mengenai penggunaan serta dampak maupun cara menangani saat menggunakan informasi digital serta tingkat emosional serta kestabilan untuk menyikapinya (Handriyanto, Adha, & Mentari, 2022). Permasalahan sosial ini telah mendapatkan sorotan dari dunia internasional karena banyak terjadi di berbagai negara.

Tanpa disadari saat dan setelah pandemi, penggunaan gawai tidak pernah lepas dalam keseharian setiap orang mulai dari anak hingga orangtua (Adinda & Pangestuti, 2019). Salah satu fungsi kegunaan gawai adalah penyebaran informasi, komunikasi dan alat mengekspresikan diri dengan mudah, cepat, murah dan dengan jangkauan yang luas melalui media sosial. Di dalam media sosial itu sendiri terdapat banyak hal yang dapat diterima informasinya mulai dari berita, ekonomi, hiburan, keuangan dan hal lain yang dapat diakses dengan mudah oleh penggunanya dengan berbagai manfaat yang dijanjikan. (Malius, et al., 2025)

Dibalik hal itu semua jika media sosial digunakan dengan kurang bijak ditakutkan dapat membuat efek negatif yang ditimbulkan diantaranya seseorang menjadi individualis, lupa waktu, serta kurang peduli terhadap lingkungan. Efek lebih jauhnya adalah bagaimana seorang anak tidak mempunyai hubungan yang baik dengan keluarga terlebih jika mempercayai informasi yang didapatkan dari media sosial dibandingkan dengan informasi yang diberikan oleh keluarga (Ruth & Candraningrum, 2020).

Jika di awal kita mengenal efek *negative* dari penyebaran berita di media sosial berupa berita *negative* atau *hoax*, maka saat ini tanpa disadari adanya *flexing*. Istilah *flexing* merupakan suatu kebiasaan tingkah laku seseorang yang seringkali memamerkan apapun di media sosial baik harta, koleksi maupun penampilan yang secara tidak langsung membuat orang lain dapat mengikuti gaya hidupnya yang penuh dengan kewewahan. Tanpa disadari saat ini banyak dari kita yang terparuh atas gaya hidup tersebut yang tidak sesuai dengan keadaan ekonomi (Rojiati & Afifah, 2024). Tingkah laku *flexing* ditemukan pada individu yang seakan membuat citra atau merek pribadi sendiri dengan jalan memperlihatkan kekayaan atau apa yang dimiliki mereka guna mendapatkan perhatian dari publik (Murjana & Sinarwati, 2022).

Untuk dapat mengurangi informasi mengenai penggunaan media sosial yang baik, maka perlu dibuat literasi digital. Literasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kemampuan bagi individu yang menggunakan media digital agar dapat secara kritis dan kreatif untuk dapat memilih informasi yang berada di berbagai *platform* media (Hanifa, Syahputra, & Nabila, 2023) . Majunya teknologi digital juga dapat membuat peluang untuk yang penggunaan secara fleksibel dari rumah, Hal ini dapat dilihat dari penerapan media sosial serta *e-commerce* yang dioperasikan untuk membantu penjualan, pemanfaatan aplikasi dalam pengelolaan anggaran keuangan, hingga berbagai cara untuk belajar keterampilan baru melalui *platform* pembelajaran daring (Utama, Suandi, Febriani, & Djaruma, 2022)

Berdasarkan latar belakang diatas, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada kepala keluarga serta generasi muda untuk memahami tentang literasi media. Mitra dalam program ini adalah warga dan pekerja kontrak yang berada di RW 02 Kelurahan Tanjung Duren Utara Kecamatan Grogol Petamburan Kota Jakarta Barat. Selama ini mitra belum pernah mendapatkan pemahaman mengenai media sosial terutama literasi mengenai media digital yang bertujuan untuk memperkuat ekonomi keluarga.

Lingkungan mitra saat ini sering didapati bahwa banyak warga yang mengikuti media sosial dalam dunia digital yang kurang sesuai dengan kondisi ekonomi. Hal ini menyebabkan kurangnya pemahaman mengenai pentingnya menabung dibandingkan dengan pemenuhan gaya hidup sesuai dengan keadaan yang terdapat di media sosial. Selain itu dengan banyaknya informasi yang ada, banyak potensi anggota keluarga khususnya anak berpotensi mendapatkan informasi yang banyak pada saat bersamaan, dalam hal ini peran literasi digital mempunyai peranan yaitu dapat memilah, menyaring serta menemukan informasi yang benar dan tepat. Selain itu konten *negative* banyak juga terdapat di dalam media sosial contohnya mengenai *flexing* selain berita bohong. Terakhir hal yang dianggap perlu diperhatikan adalah kemungkinan terjadinya kejahatan di dalam dunia internet seperti *phising*, *skimming*, *cracking* dan penipuan lainnya. Mitra juga mengalami keterbatasan seperti penggunaan aplikasi *e-commerce*, media sosial untuk pemasaran, atau penggunaan aplikasi keuangan dalam menghitung anggaran dalam keluarga. Kekurangan dalam literasi digital ini menjadikan kendala utama yang dapat membuat mitra sulit untuk memanfaatkan teknologi sebagai alat pemberdayaan ekonomi untuk ketahanan ekonomi dalam keluarga (Rachmawati, Ramadhani, & Komarullah, 2021)

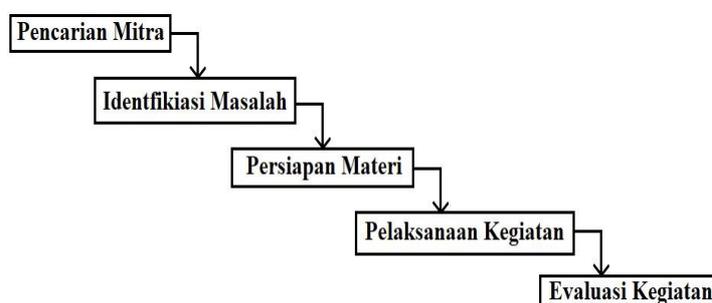
Perasaan takut dalam melakukan hal baru serta belum percaya diri menggunakan aplikasi digital untuk usaha guna mendukung perekonomian di dalam keluarga juga sering membuat mitra enggan untuk mencoba memulai kesempatan menggunakan teknologi baru sehingga kesempatan untuk mengembangkan usaha pun berkurang (Siagian, Martiwi, & Indra, 2020)

Dengan adanya literasi digital diharapkan mitra dapat menggunakan media sosial dengan bijak, memahami bahwa apa yang terjadi di media sosial tidaklah selamanya benar dan menampilkan kondisi yang ada. Selain itu diharapkan mitra dapat memilah kepentingan ekonomi yang mendesak dibutuhkan dalam menjadi prioritas utama dibandingkan dengan pemenuhan gaya hidup.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan memberikan penyuluhan mengenai literasi digital khususnya penggunaan media sosial dengan baik dan bijak serta pemanfaatan media digital dalam mengembangkan usaha. Adapun tahapan dalam metode pelaksanaan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1
Tahapan Kegiatan Pengabdian



Terdapat lima tahapan yang digunakan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat kali ini. Adapun tahap pertama dimulai dari proses pemilihan mitra, dalam kegiatan ini mitra warga RW 02 Kelurahan Tanjung Duren Utara Kecamatan Grogol Pertamburan Kota Jakarta Barat. Setelah mendapatkan dan menjalin kerjasama dengan mitra kemudian tahapan dilanjutkan dengan mulai melakukan pencarian identifikasi masalah pada mitra. Beberapa permasalahan yang berhasil digali selama tahapan ini adalah sebagai berikut. Pertama, mitra mengalami kurangnya pemahaman mengenai literasi digital sehingga banyak mendengar berita yang tidak baik seperti *flexing* yang

menyebabkan kurangnya niat mitra untuk menabung atau berinvestasi di masa depan. Kedua, mitra mengalami kurangnya pemanfaatan aplikasi digital sehingga kurang memanfaatkan potensi penggunaan aplikasi digital untuk mencapai kemandirian ekonomi. Ketiga, mitra mengalami kurang percaya diri menggunakan dan memanfaatkan teknologi baru dalam era digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM yang berlangsung pada tanggal 15 Maret 2025 berjalan dengan baik. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi mengenai literasi digital yang dihadiri oleh 240 orang yang terdiri dari warga RW 02 Kelurahan Tanjung Duren Utara. Seminar pemaparan materi berlangsung selama satu jam penuh bertempat di ruang seminar Kampus 2 UNTAR. Kegiatan ini diisi dengan pemberian contoh dan pemaparan nyata dengan memberikan pemaparan secara konkrit tentang keadaan yang ada di tengah masyarakat.

Adapun Solusi yang diberikan oleh tim Pengabdian kepada masyarakat adalah penyuluhan materi mengenai literasi digital disertai dengan pelatihan penggunaan media sosial dengan bijak dan bermanfaat. Solusi yang pertama adalah dengan pemaparan materi literasi digital mengenai pandangan bahwa bagaimana memilah informasi media sosial dengan bijak dan dapat mencegah timbulnya *flexing* dan juga mendambakan kesadaran mitra untuk dapat menabung di masa mendatang. Solusi kedua adalah memperkenalkan dan mengajarkan pemanfaatan aplikasi digital yang dapat digunakan untuk meningkatkan ekonomi keluarga seperti *e-commerce*. Solusi ketiga yang diberikan adalah memberikan kepercayaan diri dengan memberikan Langkah konkrit agar mitra tidak terjebak dengan aplikasi yang dapat merugikan mitra di dalam era digital. Dengan adanya masalah yang telah diidentifikasi serta dengan solusi yang ditawarkan mendapat persetujuan dari mitra kemudian dilakukan persiapan penyusunan materi yang dilanjutkan dengan penyusunan jadwal kerja tim dan konsep kegiatan mengenai kegiatan literasi digital.

Adapun mitra yang mengikuti penyuluhan diharapkan lebih dari seratus warga dan dilanjutkan dengan pembagian paket sembako untuk menyambut bulan suci Ramadhan. Kegiatan ini melibatkan seluruh elemen kemahasiswaan yang ada di FEB UNTAR.

Selanjutnya evaluasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan meliputi; peserta yang datang lebih dari 90%, aktif dalam diskusi dan tanya jawab selama penyuluhan, selanjutnya dilakukan dengan aspek penilaian penguasaan materi Dimana aspek penilaian diukur dengan *post-test* yang diberikan setelah penyuluhan dengan mampu menjawab pertanyaan yang ada. Setelah penyuluhan berakhir mitra diharapkan dapat memulai sikap baru dalam menyikapi penggunaan media sosial dengan bijak serta dapat menggunakan aplikasi digital untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

Gambar 2

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian



Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang melibatkan siswa SMA Tarsisius I dapat dikatakan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang dikehendaki. Hal ini terlihat dengan setelah diadakannya pelatihan jumlah pengikut sosial media mitra meningkat. Selain itu juga dapat dilihat dengan bertambah luasnya jangkauan yang diberikan yang tidak terlepas dari konten yang disusun semakin kreatif. Pelatihan pemasaran digital ini telah berjalan dengan lancar sesuai dengan program yang dibuat dan tepat waktu. Kegiatan ini melahirkan modul yang dapat berguna bagi masyarakat yang dapat digunakan sehari-hari dengan bahasa yang mudah dimengerti. Kegiatan pelatihan pemasaran digital ini diharapkan juga dapat membantu untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan di waktu mendatang. Dengan adanya pemahaman mengenai pemasaran digital tentunya dapat mempermudah masyarakat untuk dapat memasarkan bisnisnya.

4. KESIMPULAN

Kegiatan PKM dengan mitra warga RW 02 Kelurahan Tanjung Duren Utara telah berjalan dengan baik sesuai atas harapan dan tujuan dari kegiatan literasi digital. Hal ini terlihat dari aktifnya peserta saat pemaparan diskusi dalam pemaparan materi serta dapat menjawab pertanyaan yang diberikan selama acara berlangsung. Selain itu juga menambah kesadaran literasi digital kepada anggota keluarga di rumah dengan penyampaian kembali materi ke rumah terutama kepada anak.

Kegiatan ini berkontribusi membantu menambah wawasan dalam literasi digital di kalangan masyarakat yang masih banyak belum memahaminya. Sehingga di masa depan masyarakat dapat dengan bijak untuk menyaring informasi digital sehingga dapat memperkaya pengetahuan dan ketrampilan.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada pihak mitra yaitu RW 02 Kelurahan Tanjung Duren Utara yang memberikan kesempatan dan waktu untuk menjalankan program yang bermanfaat, kepada Kepala LPPM UNTAR dan *staff* yang telah membantu semua proses pembuatan program pengabdian kepada masyarakat ini, serta Kemahasiswaan FEB UNTAR yang telah membantu terselenggaranya kegiatan ini.

Tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada pihak mitra yaitu SMA Tarsisius I yang telah mengizinkan untuk membuat program yang berkesinambungan, kepada Kepala LPPM UNTAR dan *staff* yang telah membantu semua proses pembuatan program pengabdian kepada masyarakat ini, serta kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga program pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik

REFERENSI

- Adinda, S., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers @exploremalang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 176-183.
- Handriyanto, H., Adha, M. M., & Mentari, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Moralitas Peserta Didik. *Jurnal Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, 11(2), 59-67. Retrieved from <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/47155>
- Hanifa, A., Syahputra, M., & Nabila, R. (2023). Strategi Digital Marketing Menggunakan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Pada PT. Sembilan Cipta Karya. *Darma Abdi Karya*, 2(2), 222-225. Retrieved from <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/darmaabdikarya/article/view/2114>

- Malius, A. K., Parza, Y., Irawan, T., Amelia, P. R., Octaviani, V., & Narti, S. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Terhadap UMKM Di RT 24 Kelurahan Pematang Gubernur Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 4(1), 97-100. <https://doi.org/10.37676/jdun.v4i1.7773>
- Murjana, K. P., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi mahasiswa tentang *flexing* dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*. <https://doi.org/10.23887/jap.v13i3.55246>
- Rachmawati, D., Ramadhani, N., & Komarullah, T. A. (2021). Sosialisasi peranan digital marketing bagi umkm di desa ujung genteng. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(29), (pp. 89-104.). Bandung. Retrieved from <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/366>
- Rojiati, U., & Afifah, N. (2024). Analisis Fenomena *Flexing*: Keterkaitan Antara Gaya Hidup dan Popularitas. *Komsospol*, 4(1), 38–47. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v4i1.1220>
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207–214. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Utama, L., Suandi, C. D., Febriani, D., & Djaruma, J. (2022). Kiat Sukses Pemasaran Digital Untuk Generasi Muda. *Prosiding Serina*, 2(1), (pp. 945-952.). Jakarta: Untar. <https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.19851>