

Edukasi Komunikasi Artifaktual di Kalangan Siswa SMA Santo Yakobus sebagai Upaya Pencegahan *Fear of Missing Out*

^{*}Wulan Purnama Sari
Universitas Tarumanagara – Indonesia
wulanp@fikom.untar.ac.id
Resfirahma
Universitas Tarumanagara – Indonesia
resfirahma.915240146@stu.untar.ac.id
Erin
Universitas Tarumanagara – Indonesia
erin.915240051@stu.untar.ac.id
Fiona CH Bernadett
Universitas Tarumanagara – Indonesia
fiona.917242002@stu.untar.ac.id

Submitted: August 13, 2025; **Revised:** November 18, 2025; **Accepted:** December 25, 2025

^{*}Corresponding author: wulanp@fikom.untar.ac.id

ABSTRAK

Generasi Z yang lahir mulai dari 1996 sampai dengan 2010, dikenal juga sebagai *digital native*. Generasi Z menjadi pemerhati dan pengguna aktif media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter. Fenomena generasi Z yang responsif terhadap konten viral menjadikannya dikenal sebagai generasi yang mudah merasakan *Fear of Missing Out* (FOMO) yang diartikan sebagai rasa cemas karena merasa tertinggal dari pengalaman yang sedang menjadi tren. Adanya karakteristik generasi Z yang mudah mengalami FOMO, terutama bila berkaitan dengan konten viral, menjadikannya mudah untuk mengadopsi dan menampilkan simbol-simbol artifaktual yang sedang viral sebagai bagian dari pemenuhan eksistensi diri dan pencitraan diri. Pada jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), para siswa yang berada dalam kelompok generasi Z sedang berada dalam fase pencarian jati diri yang cukup dinamis. Atas dasar ini, tim memberikan usulan dalam bentuk program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PM) mengenai fungsi dari komunikasi artifaktual dan praktik langsung kepada siswa. Dengan menyadari fungsi komunikasi artifaktual, siswa tidak hanya menjadi lebih sadar terhadap bagaimana cara mempresentasikan diri, tetapi juga lebih empatik terhadap perbedaan ekspresi orang lain. Kegiatan PKM dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu teori melalui literasi dan praktik. Luaran dari kegiatan PKM meliputi publikasi di jurnal nasional, HKI, dan prototipe. Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan adanya peningkatan wawasan antara sebelum dan sesudah kegiatan PKM, peserta juga aktif memberikan pertanyaan selama sesi praktik berlangsung.

Kata Kunci: Edukasi, *Fear of Missing Out* (FOMO), Generasi Z, Komunikasi Artifaktual

ABSTRACT

Generation Z, born between 1996 and 2010, is often referred to as digital natives due to their deep integration with technology and social media platforms such as TikTok, Instagram, and Twitter. This generation is highly

responsive to viral content and is known for being susceptible to Fear of Missing Out (FOMO)—an anxiety stemming from the perception of being left out of popular trends. This tendency makes Generation Z more likely to adopt and display trending artifactual symbols as a means of self-expression and identity construction. At the senior high school level, students from this generation are in a critical phase of identity formation. Based on this context, a Community Service Program was initiated to introduce students to the function of artifactual communication through both theoretical literacy and hands-on practice. The program aimed to raise awareness among students about how to present themselves effectively while fostering empathy for diverse forms of expression. The community service activities employed two main methods: theoretical instruction and practical implementation. The program outcomes include publication in national journals, intellectual property rights (IPR), and the development of a prototype. Results showed a measurable increase in students' understanding before and after participation, with high levels of engagement observed during practical sessions.

Keywords: Artifactual Communication, Education, Fear of Missing Out (FOMO), Generation Z

PENDAHULUAN

Generasi Z yang lahir dari 1996 sampai 2010, dikenal juga sebagai *digital native*. Generasi Z menjadi pemerhati dan pengguna aktif media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui bahwa jumlah generasi Z di Indonesia mencapai sekitar 68 juta penduduk pada tahun 2022, dan diperkirakan generasi Z dan generasi milenial akan mendominasi jumlah penduduk Indonesia (Idris, 2021; Widi, 2022). Generasi Z juga dikenal sangat responsif terhadap konten yang bersifat viral, dan ini memengaruhi cara mereka dalam berinteraksi dan berperilaku (Austine, 2022; Husna & Mairita, 2024; Renfro, 2012).

Fenomena generasi Z yang responsif terhadap terhadap konten viral menjadikannya dikenal sebagai generasi yang mudah merasakan *Fear of Missing Out* (FOMO) yang diartikan sebagai rasa cemas karena merasa tertinggal dari pengalaman yang sedang menjadi tren (Przybylski et al., 2013). Sebuah penelitian menunjukkan bahwa generasi Z dan FOMO memiliki hubungan signifikan terhadap intensitas penggunaan media sosial, sehingga dapat disimpulkan bahwa dinamika sosial generasi Z dipengaruhi oleh konten viral dalam ekosistem digital yang serba instan (Evita et al., 2023; Fitri et al., 2024).

Salah satu tren yang belakangan menjadi viral di kalangan generasi Z adalah mengenai konser musik. Tren viral konser musik telah menjadi salah satu fenomena budaya paling mencolok di kalangan generasi Z, terutama pascapandemi. Konser musik utamanya tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga menjadi ekspresi dari identitas generasi Z, dengan seringnya pembagian konten keikutsertaan konser musik di media sosial oleh generasi Z.

Berdasarkan sebuah laporan yang diterbitkan oleh perusahaan konsultan manajemen global, McKinsey & Company, generasi Z menilai pengalaman langsung seperti konser sebagai bentuk investasi emosional yang penting, sering kali lebih bermakna dibandingkan pembelian produk material (Bagaskara et al., 2024; Francis & Hoefel Fernanda, n.d.). Salah satu contoh konser musik yang menjadi topik yang banyak dibicarakan adalah konser musik Coldplay pada tahun 2023 dan konser musik Taylor Swift pada 2024. Hal ini dapat dilihat dari munculnya *trending topic* di Twitter setelah selesai *war* tiket konser Coldplay, bersamaan dengan *trending topic* mengenai FOMO (*Jadi Trending Twitter Usai "War" Tiket Coldplay, Apa Itu FOMO?*, 2023).

Adanya karakteristik generasi Z yang mudah mengalami FOMO terutama bila berkaitan dengan konten viral, menjadikannya mudah mengadopsi dan menampilkan simbol-simbol artifaktual yang sedang viral sebagai bagian dari pemenuhan eksistensi diri dan pencitraan diri (Purnama Sari & Paramita, 2022; Rangarajan et al., 2017). Simbol artifaktual ini menjadi bagian dari komunikasi

artifaktual, yang dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menggunakan benda fisik sebagai medium penyampaian pesan, misalnya pakaian, aksesoris, simbol, dan warna.

Benda ini termasuk juga benda digital, seperti penggunaan emotikon dan avatar (Agatha & Winduwati, 2023). Oleh karenanya, komunikasi artifaktual memiliki peran penting dalam pembentukan citra diri, khususnya bagi generasi Z. Komunikasi artifaktual sendiri merupakan bagian penting dari kegiatan berkomunikasi, yang menjadi bagian dalam setiap sisi kehidupan, tidak terkecuali bagi remaja generasi Z.

Pada jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), para siswa yang berada dalam kelompok generasi Z, sedang berada dalam fase pencarian jati diri yang cukup dinamis (Fatmawaty, 2017). Pada tahap ini, cara berkomunikasi tak hanya terbatas lewat kata-kata, tapi juga lewat hal-hal yang terlihat, mulai dari gaya berpakaian, dekorasi ruang belajar, sampai pilihan foto profil di media sosial. Semua itu adalah bentuk komunikasi artifaktual, yakni pesan yang disampaikan lewat benda atau simbol visual yang dipilih secara sadar.

Pilihan ini sering kali mencerminkan identitas dan citra diri yang ingin ditampilkan, serta nilai yang dianggap penting (Akhmad, 2017; Sari & Irena, 2020). Bagi generasi Z, bentuk komunikasi artifaktual juga termasuk benda dan simbol yang disampaikan secara digital. Generasi Z kerap membagikan kegiatannya melalui media sosial sebagai bentuk eksistensi dirinya. Oleh karenanya, bentuk komunikasi artifaktual ini menjadi bagian lekat dari identitas generasi Z (Sari et al., 2024; Vitelar, 2019).

Fenomena ini selaras dengan teori psikososial yang dikemukakan oleh Erik Erikson tentang fase pencarian identitas. Pada usia remaja, pemilihan artefak menunjukkan identitas individu dan citra diri yang ingin ditampilkan, serta nilai yang dianggap penting (Akhmad, 2017; Rusuli, 2022). Permasalahan yang dihadapi kemudian timbul dari kurangnya pemahaman tentang fungsi dari komunikasi artifaktual, tentang cara artefak dikomunikasi dan diinterpretasikan. Hal ini dapat terlihat dari minimnya pembahasan mengenai komunikasi artifaktual dalam kurikulum (Agatha & Winduwati, 2023; Oktavianti et al., 2020).

Sebuah hasil penelitian menunjukkan bahwa artefak memiliki fungsi komunikasi yang sangat kuat dalam membentuk persepsi orang lain terhadap diri seseorang, termasuk persepsi kompetensi, kepercayaan diri, dan status sosial SMA (Agatha & Winduwati, 2023; Kirana et al., 2022). Bagi siswa sekolah, khususnya SMA, persepsi orang lain sangat memengaruhi dinamika sosial di lingkungan sekolah, mulai dari interaksi dengan teman sebaya hingga hubungan dengan guru. Kurangnya pemahaman tentang komunikasi artifaktual dapat menyebabkan kesalahpahaman, stereotip, hingga eksklusi sosial, terutama di kalangan siswa yang tidak memiliki kesadaran kritis terhadap bagaimana artefak digunakan dan dimaknai secara sosial.

Hal ini kemudian ditambah dengan masifnya dampak media sosial bagi remaja, terutama di kota-kota besar yang dapat menimbulkan adiksi dan memengaruhi cara remaja dalam melakukan pengungkapan diri (Kusumo & Jatmika, 2020; Sari & Irena, 2020; Turnip & Siahaan, 2021). Salah satu SMA di Kota Jakarta, SMA Santo Yakobus, menyadari permasalahan ini dan berupaya mencari solusi untuk meningkatkan pemahaman pada siswa-siswanya, tidak hanya mengenai dampak dari media sosial yang dapat menyebabkan FOMO, tetapi juga pentingnya komunikasi artifaktual.

Atas dasar ini, tim memberikan usulan untuk dalam bentuk program kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengenai fungsi dari komunikasi artifaktual dan praktik langsung kepada siswa. Dengan menyadari fungsi komunikasi

artifaktual, siswa tidak hanya menjadi lebih sadar terhadap bagaimana cara mempresentasikan diri, tetapi juga lebih empatik terhadap perbedaan ekspresi orang lain. Bentuk praktik komunikasi artifaktual yang akan diberikan adalah mengenai praktik tata rias wajah, yang biasa digunakan ketika mengikuti konser musik.

Kegiatan PKM ini juga dilakukan sebagai bagian dari penguatan pendidikan karakter dan komunikasi efektif. Kegiatan ini akan mengombinasikan pendekatan teoretis dan praktik langsung melalui lokakarya visual berbasis pengalaman pribadi siswa. Selain sebagai respons terhadap kebutuhan aktual di dunia pendidikan, kegiatan ini juga mendukung visi Profil Pelajar Pancasila, khususnya dalam penguatan bernalar kritis, agar para siswa mampu menilai secara objektif semua informasi yang diperoleh. Kegiatan PKM ini juga sejalan dengan Rencana Induk Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (RIP-PKM), dengan tema memperkuat kualitas komunikasi masyarakat dan topik komunikasi dalam perspektif multidisipliner.

KERANGKA TEORI

Komunikasi artifaktual diklasifikasikan sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang menggunakan objek, penampilan fisik seseorang, serta lingkungan sekitarnya untuk menyampaikan informasi. Dalam studi komunikasi, ini ditempatkan dalam kategori penampilan–objek–artifak bersama dengan kode nonverbal. Melalui artifak, individu dapat membangun citra diri, menyampaikan identitas, dan mempengaruhi persepsi orang lain menggunakan pakaian, aksesoris, gaya rambut, tato, gadget, dan bahkan pengaturan interior spasial (Santi, 2018).

Fungsi artefak komunikasi mencakup setidaknya empat aspek utama. Aspek pertama adalah fungsi identifikasi, yang menunjukkan siapa kita dan kelompok apa yang kita wakili. Aspek kedua adalah fungsi regulasi hubungan, dimana sebuah artefak dapat menciptakan jarak sosial atau kedekatan emosional, misalnya, melalui kode berpakaian formal atau kasual. Aspek ketiga adalah fungsi persuasif, yaitu penggunaan artefak untuk meningkatkan kredibilitas, misalnya, melalui pemakaian seragam atau jaket formal. Aspek keempat adalah fungsi kekuasaan dan status, dimana simbol pangkat, merek terkenal, atau properti tertentu menggambarkan kedudukan sosial. Semua fungsi ini beroperasi dalam budaya yang berbeda; sebuah objek yang dipersepsikan meningkatkan status dalam satu budaya mungkin netral atau bahkan dipandang negatif dalam budaya lain. Oleh karena itu, interpretasi artefak harus kontekstual. (Castaldo Lundén, 2020; Wanko Keutchafo et al., 2022)

Dalam interpretasi komunikasi artifaktual, terdapat isu etis dan kemungkinan adanya bias. Dalam hal ini, usia, gender, kelas sosial, dan budaya dapat memengaruhi penilaian terhadap artifak. Hal ini menuntut penelitian dalam bidang ini untuk sensitif terhadap konteks serta perlindungan privasi bagi partisipan, khususnya yang berkaitan dengan dokumentasi ruang pribadi atau komponen tubuh. Fenomena sosial yang berkaitan dengan norma-norma suatu masyarakat juga perlu dipertimbangkan oleh peneliti, karena memengaruhi presentasi diri, oleh karena itu, peneliti perlu menghindari generalisasi yang berlebihan (Castaldo Lundén, 2020).

Oleh karena itu, komunikasi artifaktual berfungsi lebih dari sekadar “hiasan” dalam interaksi, namun “bahasa” simbolik yang membentuk, menguatkan, atau bahkan meruntuhkan identitas dan relasi sosial. Dengan menggunakan kerangka teoretis semiotika, presentasi diri, fungsi makna, konteks budaya, dan dominasi dalam penelitian komunikasi, diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai komunikasi manusia melalui benda, penampilan, dan ruang fisik yang menyertainya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan menyesuaikan waktu yang diberikan oleh mitra: SMA Santo Yakobus. Dalam pelaksanaannya, kegiatan terbagi menjadi dua bentuk, yaitu: teori dan praktik. Pada bentuk teori, tim memberikan literasi mengenai peran dan fungsi dari komunikasi artifaktual.

Pemilihan bentuk literasi dilakukan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan serta ketrampilan mengenai komunikasi artifaktual. Literasi dipilih dengan alasan karena metode ini dianggap dapat meningkatkan kesadaran sosial dan budaya, mendorong peserta untuk berpikir secara kritis, serta menjadi bagian dari pendidikan karakter (Dahliyah, 2017; Fauziyyah & Rina, 2020; Handayani et al., 2023).

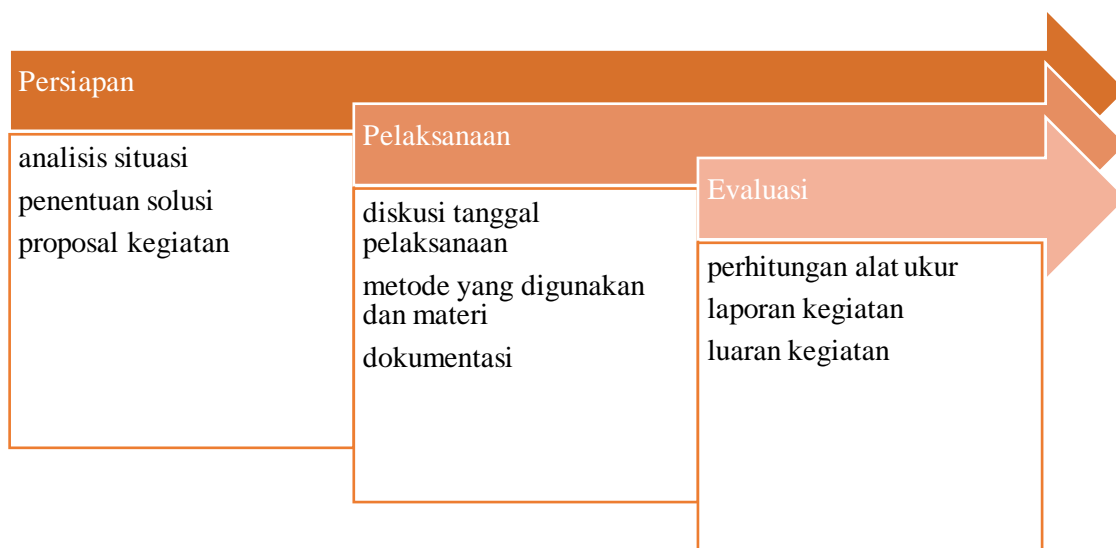
Setelah memberikan pemaparan teoretis melalui literasi, kemudian dilanjutkan pada bentuk praktik melalui tata rias wajah khusus untuk konser. Pada bentuk praktik ini tim dibantu oleh tim mahasiswa dari Fikom Untar. Bentuk praktik ini dilakukan untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai salah satu bentuk komunikasi artifaktual yang sering ditemui, dan untuk memberikan pelatihan tentang cara penggunaan dari bentuk komunikasi artifaktual tersebut (Oktavianti et al., 2020). Kelebihan dari dilaksanakannya praktik adalah melatih kreativitas peserta dan juga mengaitkan antara teori dengan dunia nyata, serta mendorong rasa percaya diri dari peserta (Irena. Lydia & Sari, 2020).

Pengukuran keberhasilan dari kegiatan ini dilakukan dengan cara membuat alat ukur kuesioner sederhana yang diisi oleh peserta. Pengisian alat ukur dilakukan sebanyak dua kali, sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Hasil alat ukur ini akan menjadi tolok ukur keberhasilan dan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dan menentukan rekomendasi untuk kegiatan lanjutan berikutnya. Kontribusi mitra dari proses ini dapat dilihat melalui diskusi waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, serta dukungan untuk peserta kegiatan. Berdasarkan jadwal yang telah disepakati, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada pertengahan bulan Mei.

Secara garis besar, pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu: persiapan; pelaksanaan; dan evaluasi. Pada tahap persiapan, kegiatan dimulai dengan melakukan analisis situasi dari kondisi mitra, serta masalah yang dihadapi, kemudian menentukan solusi atas permasalahan tersebut. Pada tahap ini, proposal menjadi indikator keberhasilan.

Tahap kedua merupakan tahap pelaksanaan. Pada tahap ini, dilakukan diskusi mengenai waktu pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat, serta metode yang digunakan. Indikator dari tahap ini adalah adanya dokumentasi pelaksanaan. Pada tahap ketiga adalah tahap evaluasi. Pada tahap ini, dilakukan analisis dari alat ukur kuesioner yang digunakan sebagai dasar penyusunan laporan dan luaran kegiatan, yang juga merupakan indikator keberhasilan dari tahap ini.

Luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah adanya publikasi di jurnal nasional melalui kegiatan diseminasi konferensi nasional. Luaran lainnya juga Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam bentuk hak cipta dengan status *granted*. Selain itu, luaran lainnya juga berupa produk yang diinput ke dalam Sinta ketua pengusul. Berikut (Gambar 1) adalah diagram alir dari metode pelaksanaan.



Gambar 1. Diagram alir pelaksanaan
Sumber: Olahan data penulis

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat disusun dan dilaksanakan sesuai dengan diagram alir Gambar 1. Proses evaluasi kegiatan mencakup pembuatan laporan kegiatan dan pemberian rekomendasi untuk kegiatan lanjutan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan bagian dari kolaborasi dengan pihak mitra untuk pengembangan kurikulum dan juga pengetahuan praktis siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dilaksanakan dalam tiga tahapan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, tim PKM melakukan analisis situasi dan mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pada tahap ini, ditemukan permasalahan terkait dengan FOMO sebagai dampak dari masifnya media sosial, terutama bagi remaja dan siswa sekolah, dan sebagai bentuk pencegahan diputuskan untuk melakukan kegiatan PKM dengan tema komunikasi artifaktual.

Luaran dari tahap pertama ini adalah proposal kegiatan PKM. Kemudian, pada tahap berikutnya tim PKM dan mitra melakukan diskusi terkait jadwal pelaksanaan PKM, yang ditentukan untuk dilaksanakan pada tanggal 30 Mei 2025. Metode yang digunakan pada waktu pelaksanaan ini menggunakan diskusi dan juga praktik langsung terkait komunikasi artifaktual.

Kegiatan PKM diawali dengan pembukaan dari pihak sekolah yang diwakilkan oleh salah satu guru, kemudian dilanjutkan dengan sesi ceramah mengenai komunikasi artifaktual, yang dapat dilihat melalui gambar 2. Materi dimulai dari pengertian mengenai FOMO, terutama terkait efek dari konten viral di media sosial. Hal ini dilakukan agar peserta kegiatan PKM memahami bahwa sebagai remaja, mereka sangat terpapar dan tidak dapat dipisahkan dari media sosial, sehingga sesuatu yang menjadi viral di media sosial memiliki efek yang kuat bagi remaja (Fitri et al., 2024; Kusumo & Jatmika, 2020).

Setelah itu, materi dilanjutkan pada bagian komunikasi artifaktual sebagai jawaban atau solusi untuk mencegah FOMO akibat dari media sosial. Komunikasi artifaktual sendiri secara sederhana diartikan sebagai bentuk komunikasi nonverbal

yang menggunakan benda-benda atau simbol fisik, dan digunakan untuk menyampaikan identitas, status sosial, nilai, atau afiliasi kelompok (Agatha & Winduwati, 2023). Hasil dari komunikasi artifaktual ini disebut juga sebagai artefak, dan dapat berupa benda-benda seperti aksesoris, pakaian, dan tata rias yang digunakan. Pemilihan artefak menunjukkan identitas yang ingin disampaikan oleh seseorang dan menunjukkan nilai yang dianut (Kirana et al., 2022; Sukarwo, 2017).



Gambar 2. Sesi ceramah kegiatan PKM
Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah sesi ceramah, pelaksanaan kegiatan PKM dilanjutkan dengan sesi praktik mengenai salah satu bentuk dari komunikasi artifaktual, yaitu melalui tata rias, seperti yang dapat dilihat pada gambar 3. Sesi praktik ini dibantu oleh mahasiswa Fikom Untar dengan salah satu siswa peserta menjadi *volunter* untuk menjadi model. Pada sesi ini, mahasiswa menjelaskan urutan melakukan tata rias wajah yang sesuai dengan keseharian siswa, dan tip untuk melakukan tata rias ini. Sesi praktik ini sesekali disisipi oleh pertanyaan dari peserta, mengenai cara melakukan tata rias, tip pemilihan warna untuk *foundation* ataupun warna *blush on*.



Gambar 3. Sesi praktik kegiatan PKM
Sumber: Dokumentasi pribadi

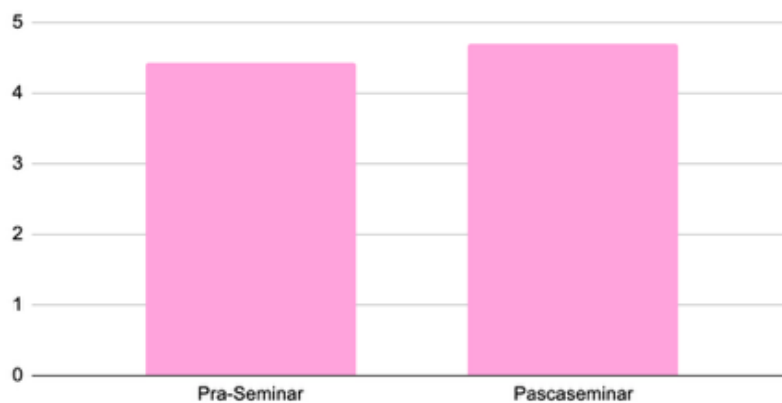
Adanya dokumentasi pada tahap ini menjadi indikator keberhasilan dari tahap dua ini. Pada tahap pelaksanaan ini, tim PKM juga membagikan kuesioner untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan PKM. Kuesioner ini dibagi ke dalam dua jenis, yaitu *pre-test* yang disebar pada waktu sebelum acara dimulai, dan *post-test* yang dibagikan setelah kegiatan PKM. Berdasarkan hasil dari kuesioner, diperoleh hasil bahwa terjadi peningkatan wawasan bagi peserta antara sebelum dan setelah kegiatan PKM.

Gambar 4 menunjukkan terdapat peningkatan wawasan walaupun jumlahnya tidak tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa siswa peserta kegiatan PKM telah memiliki pengetahuan terkait dengan FOMO dan dengan adanya kegiatan PKM semakin menambah pengetahuan mereka mengenai FOMO dalam kaitannya dengan komunikasi artifaktual.

Berdasarkan data, rerata wawasan peserta pada tahap pra-seminar berada pada kisaran angka 4,4. Sementara itu, setelah seminar dilaksanakan, terjadi peningkatan rerata wawasan menjadi sekitar 4,7. Peningkatan ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dari kegiatan seminar terhadap pemahaman peserta mengenai komunikasi artifaktual dan relevansinya dalam mengantisipasi fenomena FOMO. Meskipun perbedaan nilai rerata tidak terlalu signifikan secara numerik, tren peningkatan tersebut mencerminkan efektivitas materi yang disampaikan serta kemampuan seminar dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan peserta terhadap isu yang diangkat. Temuan ini mendukung pentingnya edukasi tematik sebagai upaya strategis dalam membentuk literasi komunikasi generasi muda.

Hasil Rerata Peningkatan Wawasan

Seminar Komunikasi Artifaktual Biar Ga FOMO



Gambar 4. Hasil rerata kuesioner

Sumber: Olahan data penulis

Kuesioner ini juga menjadi indikator dari keberhasilan pada tahap ketiga, yaitu evaluasi. Gambar 4 menunjukkan adanya peningkatan wawasan. Siswa peserta juga memberikan masukan bagi pengembangan kegiatan PKM selanjutnya. Masukan dari siswa peserta utamanya terkait dengan pelaksanaan kegiatan praktik yang lebih interaktif tidak hanya seputar tata rias tetapi juga kemampuan lainnya berkaitan dengan komunikasi artifaktual dan penggunaan media sosial. Pada tahap ketiga juga dilakukan proses pembuatan laporan dan juga luaran kegiatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PKM yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan proses kegiatan PKM ini berjalan lancar, mulai dari tahap perencanaan sampai dengan tahap evaluasi. Hasil pengukuran kuesioner juga menunjukkan adanya peningkatan wawasan antara sebelum dan sesudah kegiatan PKM, yang dapat diartikan bahwa kegiatan PKM memberikan pengaruh positif bagi para siswa peserta. Pihak sekolah sebagai mitra juga memberikan tanggapan dan respons positif dari kegiatan PKM ini, dan berharap kegiatan PKM ini dapat dilanjutkan dan menjadi program rutin sebagai bentuk kolaborasi antara pihak mitra dengan tim pelaksana PKM.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kegiatan PKM berikutnya adalah dapat dilakukan kegiatan PKM mengenai proses pembuatan konten di media sosial, dan dikaitkan dengan kesadaran dalam melakukan literasi digital ditengah masifnya dampak dari media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024, September 24). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Amalina, N. N., Hafizah, R., Sabelah, I. T., Novirson, R., & Puriani, A. R. (2025). Dampak Media Sosial terhadap Kesehatan Mental Remaja. *Analysis: Journal of Education*, 3(2), 184–190. <https://ejournal.edutechjaya.com/index.php/analysis/article/view/1546/1257>
- Arum, S. O., & Hadi, H. (2021). Problematika dalam Perlindungan Hak Cipta atas

- Foto Produk Digital pada Media Sosial Instagram. *Privat Law (Bagian Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta)*, 9(2), 269–280. <https://jurnal.uns.ac.id/privatlaw/article/view/60035/34994>
- Aspar, & Said, M. N. (2025). Peran Komunikasi terhadap Kesehatan Mental Spiritual Generasi Z di Era Modern. *Al-Mishbah (Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi)*, 21(1), 45–56. <http://almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/424>
- Aulia, F. U. (2021). *Pengaruh Perbandingan Sosial, Konformitas, Citra Tubuh, dan Faktor Demografi terhadap Kepercayaan Diri pada Remaja Pengguna Instagram* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/78348/1/UNIQUE%20FASYA%20AULIA-FPSI.pdf>
- Ayu, S. A. G., Utami, M. A., Kirani, A. N., & Pahlevi, R. (2024). Manajemen Kawasan Kumuh: Studi Kasus Produksi Bersama Rumah Harapan untuk Pengendalian Tuberkulosis dan Pembangunan Berkelanjutan di Jakarta Pusat. *JSDS: Journal of Social Development Studies*, 5(2), 140–155.
- Daryaswanti, I. P., Pendet, P. D. M. N., & Muryani, S. M. N. (2024). *Kesehatan Mental Pada Remaja* (Vol. 1). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Dewi, R. I. F., Sakuntalawati, D. R., & Mulyawan, B. (2024). *Pencegahan Cyberbullying Berbasis Pemanfaatan Online Resilience dan Karakter Remaja* (Vol. 1). Deepublish Digital (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Evert, P. D., & Suriaatmadja, T. R. S. (2024). Implementation Of Effective Communication In Health Education Activities For Non-Communicable Diseases To Achieve Sustainable Development Goals (SDGs). *TOPLAMA: Jurnal Komunikasi Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 9–17. <http://altinriset.com/journal/index.php/toplama/article/view/217/162>
- Haqqu, R. (2020). Uji Uses and Gratifications dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18. <https://core.ac.uk/download/pdf/322614677.pdf>
- Hartanti, J. (2024). *Eksistensi Second Account Instagram dalam Pengungkapan Identitas Diri Generasi Z (Studi Kasus SMA Arrahman Depok)* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/81311/1/11200150000043_%20Juliana%20Hartanti.pdf
- Haryanto, T. A. (2025, April 4). *Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa yang Paling Banyak?* Detik Inet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak>
- Hasanah, E. N. L. L., Dassucik, & Farida, I. (2025). *Pengantar Ekonomi Pembangunan: Strategi Menuju Negara Berkembang* (T. Media, Ed.; Vol. 1). Tahta Media Group. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/1212/1207>
- Iskandar, I., & Salamah, U. (2025). Pengaruh “Cyberbullying” Melalui Media Sosial Terhadap Tingkat Kecemasan Remaja. *Jurmie (Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi)*, 2(5), 245–262. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie/article/view/316/313>
- Jamila, N., Ramadani, W., & S, A. D. (2025). Dampak Media Sosial terhadap Struktur Sosial: Tinjauan Sosiologi Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(3), 724–730. <https://indojournal.com/index.php/jisoh/article/view/670>

- Krisdinanto, N., Apul, M.M.B., Ritonga, R. (2024). Critical Moment for Indonesian Journalism: Disappearance of Journalistic Firewall. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. 40(2), 92-110. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-06>
- Lestari, S., Pudrianisa, G., & Ari, M. (2024). Pemanfaatan Instagram dan Website sebagai Media Promosi UMKM Padukuhan Tembesi. *Massa APJIKI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.25008/MASSA.V2I2.212>
- Lismayani, D. T., & Kusumawati, N. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram @serambibotaniofficial untuk Meningkatkan Penjualan. (*JINA*): *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(5), 314–326.
- Lu, E. D.-J., & Lin, E. S. J. (2022). Exploring uses and gratifications and psychological outcomes of engagement with Instagram Stories. *Computers in Human Behavior Reports*, 6. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S245195882200032X>
- Mawarni, I., Dahniar, Paridy, A., Yulianto, A., & Khaira, N. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia Berkelanjutan* (K. I. Sari, Ed.; Vol. 1). PT. Sonpedia Publishing
- Menon, D. (2022). Uses and gratifications of photo sharing on Instagram. *International Journal of Human-Computer Studies*, 168. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1071581922001380>
- Phinasti, K. D. (2025). *Pelayanan Sosial Bagi Penyandang Disabilitas Mental Di Uils (Unit Informasi Layanan Sosial) Duren Sawit Jakarta Timur* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/87897/1/DIVA%20KHOIRALA%20PHINASTI%20SKRIPSI.pdf>
- Purnama, E. B. (2024, March 29). *Instagram Jadi Media Sosial Terpopuler di Kalangan Gen Z*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/teknologi/662211/instagram-jadi-media-sosial-terpopuler-di-kalangan-gen-z>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah Dan Jenis-Jenisnya). *Al-Furqan (Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya)*, 3(6). <https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1787/1624>
- Rahim, M., Erawan, E., & Alfando, J. (2018). Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimediadi Smk Negeri 1 Samarinda). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 263–275.
- Rahma, R. A. A., Ardianti, H., & Firman, K. (2024). Peran Media Sosial dalam Dinamika Sosial Masyarakat Kontemporer. *Jurnal Komunikasi Digital Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 24–30. <https://journal.alshobar.or.id/index.php/jkdpi/article/view/229>
- Ratih, R., Dermawan, S. N., & Setiaji, A. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Dan Identitas Diri Generasi Z. *Jurnal Edukasi Dan Literasi Pendidikan*, 6(3), 17–25. <https://ejournals.com/ojs/index.php/jelp/article/view/2753/3305>
- Rizakiyanto, E., Sudewo, A. F., & Rizkianto, K. (2024). *Penegakan Hukum terhadap Tindak Pidana Cyberbullying melalui Media Elektronik*. Penerbit NEM.
- Selain, N. S., Setianingsih, E., & Rahma, L. (2025). Antara Dunia Nyata dan Virtual: Studi Kasus Remaja dengan Gangguan Kesehatan Mental Akibat Kecanduan Gadget. *JERKIN (Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan)*, 4(1), 4775–4783.

- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, R. E., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, A. N., & Permana, G. B. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037.
- Sugiarty, U. (2025, February 10). *Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial*. God Stats. <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM>
- Wirawan, A. N. (2024, October 30). *15,5 Juta Remaja Indonesia Mengalami Masalah Kesehatan Mental*. Good Stats. <https://goodstats.id/article/15-5-juta-remaja-indonesia-mengalami-masalah-kesehatan-mental-m9Njh>

BIODATA PENULIS

Wulan Purnama Sari

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email: wulanp@fikom.untar.ac.id

Resfirahma

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email: resfirahma.915240146@stu.untar.ac.id

Erin

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email: erin.915240051@stu.untar.ac.id

Fiona CH Bernadett

mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia. Penulis dapat dihubungi melalui email: fiona. 917242002@stu.untar.ac.id