

Konten Instagram @Internetbaik Dalam Meningkatkan Literasi Digital Pelajar SMAN 2 Medan

Salsabila Fazri AZ-Zahra, Anang Anas Azhar

UIN Sumatera Utara Medan, Indonesia

Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang,
Sumatera Utara 20371

*Email Korespondensi: salsabila0603212055.uinsu.ac.id

Abstract – This study aims to analyze the content of the Instagram account @internetbaik in improving digital literacy of students at SMA Negeri 2 Medan. Using a qualitative approach with a content analysis method, this study evaluates the effectiveness of educational content published between January 2024 and March 2025. The focus of the analysis includes infographics and educational videos uploaded by the account. The findings show that the main theme that is most often raised is internet ethics, followed by digital security. Meanwhile, anti-hoax content only appeared once during the observation period. Based on student responses, video content is considered more effective in conveying digital literacy messages because it is more interesting and easy to understand. However, infographics are still appreciated because they are concise, dense, and informative. The results of this study indicate that the @internetbaik account has a positive role in supporting the improvement of students' digital literacy, although there is still room for development, especially in terms of topic diversity and improving the quality of visuals and content design. Therefore, it is recommended that account managers pay more attention to the variety of materials and visual strategies so that digital literacy messages can be conveyed more optimally.

Keywords: Digital Literacy; Internet Etiquette; Digital Security; Anti-Hoax; Educational Instagram.

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten akun Instagram @internetbaik dalam meningkatkan literasi digital siswa di SMA Negeri 2 Medan. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi, penelitian ini mengevaluasi efektivitas konten edukatif yang dipublikasikan antara Januari 2024 hingga Maret 2025. Fokus analisis mencakup infografik dan video edukasi yang diunggah oleh akun tersebut. Temuan menunjukkan bahwa tema utama yang paling sering diangkat adalah etika berinternet, diikuti oleh keamanan digital. Sementara itu, konten anti-hoaks hanya muncul satu kali selama periode pengamatan. Berdasarkan tanggapan siswa, konten video dinilai lebih efektif dalam menyampaikan pesan literasi digital karena lebih menarik dan mudah dipahami. Namun demikian, infografik tetap diapresiasi karena ringkas, padat, dan informatif. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa akun @internetbaik memiliki peran positif dalam mendukung peningkatan literasi digital siswa, meskipun masih terdapat ruang untuk pengembangan, terutama dalam hal keberagaman topik serta peningkatan kualitas visual dan desain konten. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola akun lebih memperhatikan variasi materi dan strategi visual agar pesan literasi digital dapat tersampaikan secara lebih optimal.

Kata Kunci: Literasi Digital; Etika Berinternet; Keamanan Digital; Anti-Hoaks; Instagram Edukatif.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara masyarakat memperoleh informasi dan berkomunikasi. Transformasi ini terutama dipengaruhi oleh meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan (*We Are Social dan Hootsuite*, 2023), tercatat lebih dari 191 juta pengguna media sosial di Indonesia dengan rata-rata waktu penggunaan hampir tiga jam per hari. Angka ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda yang tergolong digital native. Di balik kemudahan dan akses informasi yang cepat, muncul pula tantangan besar, yaitu perlunya kemampuan literasi digital yang memadai untuk menyaring informasi yang diterima.

Menurut (UNESCO, 2018) literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam mengoperasikan perangkat digital, tetapi juga kemampuan berpikir kritis dalam mengevaluasi informasi, memahami konteks digital, serta mengelola keamanan data pribadi. Hal ini sejalan dengan pandangan (Gilster, 1999), yang pertama kali mempopulerkan istilah literasi digital sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format digital. Meski Indeks Literasi Digital Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, namun aspek seperti kesadaran terhadap keamanan digital dan kemampuan verifikasi informasi masih tergolong rendah (KOMINFO, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya pelajar, memerlukan penguatan kemampuan literasi digital yang komprehensif.

Generasi Z, termasuk pelajar SMA, merupakan kelompok terbesar pengguna internet dan media sosial di Indonesia. Survei (APJII, 2024) menunjukkan bahwa lebih dari 80% pelajar SMA aktif menggunakan media sosial, baik untuk

keperluan hiburan, komunikasi, maupun edukasi. Meskipun begitu, maraknya arus informasi yang tidak terkendali menjadikan mereka rentan terhadap misinformasi dan hoaks.

(Tsabitah et al., 2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sebagian besar pelajar kesulitan membedakan antara fakta dan opini serta tidak terbiasa melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima di media sosial. Di sisi lain, pelajar juga berperan sebagai produsen konten di media sosial. Hal ini menjadikan literasi digital bukan hanya penting untuk konsumsi informasi, tetapi juga dalam proses produksi informasi agar tidak turut menyebarkan konten yang tidak valid atau menyesatkan. Untuk itu, dibutuhkan strategi edukasi yang efektif dan adaptif dengan kebiasaan media pelajar masa kini. Salah satu platform yang potensial untuk mendukung proses edukasi literasi digital adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang banyak digunakan oleh pelajar karena menawarkan tampilan menarik dan interaktif.

Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi foto atau hiburan, tetapi telah berkembang menjadi sarana edukatif yang efektif. Konten berupa infografik, video pendek, dan kampanye edukasi dapat dengan mudah diakses dan dicerna oleh generasi muda. (Nafsyah et al., 2022). Instagram efektif dalam menyampaikan pesan edukatif karena menggabungkan elemen visual dan naratif yang mampu menarik perhatian serta meningkatkan pemahaman audiens.

Sejalan dengan itu, berbagai inisiatif edukatif berbasis media sosial telah dikembangkan di Indonesia, baik oleh pemerintah, swasta, maupun organisasi masyarakat. Salah satu inisiatif yang cukup menonjol adalah akun Instagram @internetbaik, yang merupakan bagian dari program Corporate Social Responsibility (CSR) Telkomsel. Diluncurkan sejak tahun 2016, program Internet BAIK (Bertanggung

jawab, Aman, Inspiratif, dan Kreatif) bertujuan untuk meningkatkan kesadaran literasi digital masyarakat, khususnya generasi muda. Akun ini menyajikan berbagai konten edukatif yang berkaitan dengan etika berinternet, keamanan digital, tips menghindari hoaks, hingga panduan menjaga privasi online (Kurnia & Cempaka, 2023).

Bentuk konten yang disajikan oleh akun @internetbaik antara lain adalah infografik dan video edukatif. Infografik biasanya berisi informasi yang ringkas, padat, dan mudah dipahami, sedangkan video edukatif menyampaikan pesan dalam format visual yang lebih naratif dan dinamis. Kedua jenis konten ini diharapkan mampu menjangkau dan memengaruhi perilaku digital pelajar secara positif. Namun, efektivitas konten-konten ini dalam meningkatkan literasi digital di kalangan pelajar masih perlu dikaji secara mendalam.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh program CSR *Internet Baik* terhadap citra perusahaan Telkomsel. (Sari & Fasa, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa inisiatif ini berhasil membentuk persepsi positif masyarakat terhadap Telkomsel. Studi lain oleh (Wahyudin & Adiputra, 2019) menyoroti bahwa media sosial sebagai saluran kampanye CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan brand engagement di kalangan pengguna muda. Namun, kajian yang secara spesifik menganalisis efektivitas konten edukatif akun @internetbaik dalam membangun literasi digital di kalangan pelajar SMA masih sangat terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan penelitian yang menyoroti aspek ini secara lebih mendalam agar dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi edukasi digital berbasis media sosial.



Gambar 1. Profil Akun Instagram @internetbaik

Berdasarkan Gambar 1 di atas, dapat dijelaskan bahwa akun Instagram @internetbaik merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh Telkomsel untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif terkait literasi digital kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Akun ini menyajikan berbagai jenis konten edukatif, seperti infografis yang menyampaikan informasi dengan format visual yang menarik dan mudah dipahami, serta video edukatif yang membahas isu-isu penting mengenai keamanan digital, etika berinternet, dan cara menghindari hoaks. Melalui konten-konten ini, akun @internetbaik berperan aktif dalam mengedukasi pengguna media sosial agar menjadi warga digital yang cerdas, aman, dan bertanggung jawab. Konten-konten visual yang interaktif juga meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan edukatif kepada audiens, terutama pelajar yang merupakan pengguna aktif platform Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas konten akun Instagram @internetbaik dalam meningkatkan literasi digital siswa SMA Negeri 2 Medan. Fokus kajian meliputi jenis konten edukatif yang dipublikasikan, tema yang dominan, serta penilaian siswa terhadap efektivitas penyampaian pesan melalui infografik dan video. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan dan potensi pengembangan konten agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pelajar sebagai target audiens.

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada konsep literasi digital

yang dikemukakan oleh UNESCO (2018) dan teori media sebagai agen edukasi yang disampaikan oleh (Ummah, 2019). McQuail, media massa, termasuk media sosial, dapat berfungsi sebagai alat sosialisasi dan edukasi yang efektif apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan konteks audiens. Selain itu, model literasi digital menurut (Lee et al., 2012) yang mencakup lima kompetensi inti (akses, analisis, evaluasi, produksi, dan aksi), digunakan sebagai kerangka untuk memahami sejauh mana konten @internetbaik mendukung penguatan kemampuan digital siswa.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi, penelitian ini menganalisis konten-konten yang diunggah oleh akun Instagram @internetbaik selama periode Januari 2024 hingga Maret 2025. Analisis dilakukan terhadap konten infografik dan video edukatif untuk melihat kecenderungan tema, gaya penyampaian, serta respons siswa sebagai audiens utama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan strategi literasi digital berbasis media sosial dan memberikan rekomendasi kepada pihak pengelola akun serta pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan efektivitas kampanye edukatif di ranah digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (content analysis) untuk mengevaluasi efektivitas konten edukatif yang disajikan oleh akun Instagram @internetbaik dalam meningkatkan literasi digital pelajar di SMA Negeri 2 Medan. Analisis diarahkan pada unggahan konten berupa infografis dan video edukatif yang dipublikasikan dalam periode Januari 2024 hingga Januari 2025. Pemilihan periode ini dilakukan agar selaras dengan cakupan waktu satu tahun terakhir dari pelaksanaan penelitian yang dilakukan pada awal tahun

2025.

Menurut (Krippendorff, 1980) analisis isi merupakan teknik penelitian untuk memahami dan menginterpretasikan isi komunikasi secara sistematis dan objektif guna membuat inferensi yang dapat direplikasi dalam konteks tertentu. Dalam konteks ini, pendekatan ini digunakan untuk mengkaji bagaimana akun Instagram @internetbaik menyampaikan pesan literasi digital dan sejauh mana pelajar memahaminya.

Penelitian dilakukan di SMA Negeri 2 Medan, yang menjadi lokasi pemilihan informan sebagai partisipan penelitian. Subjek penelitian terdiri dari enam orang pelajar yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria berikut antara lain, aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Pernah mengakses konten akun @internetbaik dalam periode Januari 2024 – Januari 2025. Mewakili masing-masing jenjang kelas X, XI, dan XII secara proporsional. Pemilihan pelajar dari Generasi Z didasarkan pada data (APJII, 2024) yang menunjukkan bahwa kelompok ini merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia dan rentan terhadap masalah literasi digital. Akun @internetbaik dipilih karena merupakan bagian dari program CSR Telkomsel yang konsisten dalam menyuarakan isu-isu literasi digital, seperti internet sehat, anti-hoaks, keamanan digital, dan etika berinternet.

Observasi non partisipan dilakukan terhadap unggahan akun @internetbaik. Peneliti tidak terlibat langsung dalam produksi maupun penyebaran konten, tetapi mengamati secara sistematis menggunakan lembar observasi berbasis kategori tema konten (hoaks, keamanan digital, etika berinternet). Setiap unggahan dikodekan berdasarkan format konten (infografis/video), tanggal unggah, dan respons keterlibatan (jumlah likes, komentar, dan share).

Wawancara semi terstruktur dilakukan untuk menggali persepsi dan

pemahaman informan terhadap konten @internetbaik. Pertanyaan wawancara mencakup: tingkat pemahaman terhadap pesan yang disampaikan, daya tarik konten, serta sejauh mana konten tersebut memengaruhi pemahaman dan sikap mereka terkait literasi digital.

Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman (1994) (Palazzolo, 2023) yang meliputi:

1. Reduksi Data:

Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi disortir, dikategorikan, dan diklasifikasikan sesuai tema literasi digital yang relevan. Data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian dieliminasi.

2. Penyajian Data:

Data disajikan dalam bentuk naratif deskriptif dan tabel, termasuk matriks keterlibatan pengguna dan pemetaan tema konten yang dominan.

3. Penarikan Kesimpulan:

Kesimpulan dikembangkan secara bertahap berdasarkan pola temuan, keterkaitan antara pesan yang disampaikan dan respons informan, serta pengaruh konten terhadap pemahaman literasi digital pelajar.

Validitas data dijaga melalui beberapa strategi:

1. Triangulasi Teknik: Menggabungkan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi temuan.
2. Member Check: Hasil wawancara dikonfirmasi ulang kepada informan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan maksud mereka.
3. Audit Trail: Peneliti menyimpan catatan rinci mengenai proses penelitian, termasuk transkrip wawancara, lembar observasi, dan dokumentasi konten, sehingga memungkinkan audit atau peninjauan ulang oleh pihak lain.

Hasil Dan Pembahasan

Akun Instagram @internetbaik merupakan bagian dari program literasi digital yang dikelola oleh Telkomsel melalui divisi Corporate Social Responsibility (CSR). Program ini diluncurkan sejak bulan September 2016 dengan nama "Internet BAIK", yang merupakan singkatan dari Bertanggung Jawab, Aman, Inspiratif, dan Kreatif.

Hingga saat penelitian ini dilakukan, akun @internetbaik memiliki pengikut sebanyak 19.800 orang. Jenis konten yang dipublikasikan berfokus pada edukasi literasi digital. Konten-konten ini memuat beragam tema, seperti etika bermedia sosial, pencegahan hoaks, keamanan digital, dan pemanfaatan internet secara positif. Berdasarkan pengamatan, frekuensi unggahan berkisar antara dua hingga tiga kali dalam satu minggu. Konsistensi ini menunjukkan upaya Telkomsel untuk menjaga keberlangsungan edukasi digital di platform media sosial, khususnya Instagram yang banyak diakses oleh generasi muda.

Sementara itu, SMA Negeri 2 Medan dipilih sebagai lokasi penelitian karena mayoritas siswanya termasuk dalam kelompok usia Gen Z yang aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Berdasarkan hasil wawancara dengan guru Bimbingan Konseling (BK) di sekolah tersebut, diketahui bahwa siswa-siswi secara umum memiliki tingkat aktivitas digital yang tinggi. Mereka mengikuti berbagai tren viral di media sosial dan memiliki ketertarikan terhadap konten yang bersifat informatif maupun hiburan.

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang ditemukan. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman siswa dalam menerapkan etika berkomentar yang baik di media sosial. Guru BK menyampaikan bahwa siswa masih cenderung mengekspresikan pendapat secara impulsif di kolom komentar tanpa mempertimbangkan etika komunikasi digital. Selain itu, meskipun sebagian siswa pernah

terpapar hoaks, pihak sekolah menilai bahwa kemampuan literasi informasi mereka cukup baik, karena sering diadakan sosialisasi anti hoaks melalui guru BK.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelajar SMA Negeri 2 Medan merupakan sasaran yang tepat untuk dianalisis dalam konteks penelitian ini. Di satu sisi mereka aktif dan terlibat dalam kehidupan digital, namun di sisi lain masih terdapat ruang untuk meningkatkan literasi digital, khususnya dalam aspek etika berinternet dan keamanan informasi.

Analisis Konten Instagram

Setelah memaparkan gambaran umum mengenai akun Instagram @internetbaik sebagai objek yang dianalisis, serta karakteristik pelajar SMA Negeri 2 Medan sebagai subjek sasaran dalam penelitian ini, maka pada bagian selanjutnya akan disajikan hasil analisis isi terhadap konten-konten yang dipublikasikan oleh akun tersebut.

Analisis ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana akun @internetbaik menyusun dan menyampaikan pesan-pesan literasi digital kepada audiensnya, khususnya dalam bentuk infografis dan video edukatif. Proses analisis dilakukan berdasarkan teori analisis isi yang dikemukakan oleh dengan mengidentifikasi tema, format, serta gaya komunikasi yang digunakan dalam setiap unggahan (Krippendorff, 1980). Fokus utama diberikan pada konten-konten yang berhubungan dengan topik literasi digital seperti anti-hoaks, keamanan digital dan etika berinternet.

No	Tanggal Postingan	Jenis Konten	Tema	Gaya Bahasa	Warna Dominan	CTA	Ringkasan Konten
1.	08 Januari 2024	Infografis	Etika Berinternet	Nonformal	Biru Muda	Ada	Etika Berkomentar yang baik
2.	10 Januari 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Muda	Ada	Perbedaan Hate Speech dan Freedom Speech
3.	31 Januari 2024	Video Edukatif	Etika Berinternet	Semi Formal	Biru Muda	Ada	Etika Dasar untuk Bermedia Sosial
4.	05 Februari 2024	Infografis	Anti Hoaks	Formal	Biru Muda	Ada	Cara Agar Tidak Mudah Tertipu Hoaks
5.	07 Februari 2024	Video Edukatif	Keamanan Digital	Formal	Biru Muda	Tidak Ada	Tips Membuat Konten yang Aman Dari Plagiarisme
6.	19 Maret 2024	Infografis	Keamanan Digital	Formal	Biru Tua	Ada	Bermedia Sosial yang Sehat dan Aman
7.	29 April 2024	Infografis	Keamanan Digital	Formal	Biru Tua	Ada	Mewaspada! Kejahatan di Dunia Digital
8.	04 Mei 2024	Infografis	Keamanan Digital	Formal	Putih	Ada	Berani Lawan Cyberbullying dengan Fitur Keamanan & Privasi
9.	16 Mei 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Tua	Ada	Bijak Bermedsos Dengan Bangun Personal Branding
10.	24 Mei 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Tua	Ada	Membuat dan Menyebarkan Konten Positif & Kreatif
11.	04 Juni 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Tua	Ada	Tips Membuat Konten Edukatif
12.	13 Juni 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Tua	Ada	Langkah Cerdas Digitalisasi Budaya
13.	15 Juni 2024	Infografis	Etika Berinternet	Semi Formal	Biru Tua	Ada	Hal-hal yang diperhatikan saat posting di Media Sosial
14.	08 Juli 2024	Infografis	Etika Berinternet	Semi Formal	Biru Tua	Ada	Awas FOMO, Hindari dengan KALEM
15.	16 Agustus 2024	Infografis	Keamanan Digital	Formal	Biru Tua	Ada	Hal yang perlu diperhatikan agar Aman Gunakan Akses Internet Publik
16.	20 September 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Tua	Ada	Cegah Cyberbullying Dengan CERDIK
17.	25 Oktober 2024	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Tua	Tidak Ada	Generasi Muda Melek Digital
18.	08 Maret 2025	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Muda	Ada	Stop Judi Online! Ketahui Bahayanya Sebelum terlambat
19.	10 Maret 2025	Infografis	Etika Berinternet	Formal	Biru Muda	Ada	4 Dimensi Ruang Lingkup Digital
20.	17 Maret 2025	Infografis	Keamanan Digital	Semi Formal	Biru Muda	Ada	Bijak Menggunakan AI

Tabel 1. Analisis 20 Konten Instagram @internetbaik

Tabel 1 menunjukkan analisis 20 konten edukatif Instagram @internetbaik yang dipublikasikan antara Januari 2024 hingga Maret 2025. Konten didominasi oleh infografis bertema etika berinternet, diikuti oleh keamanan digital dan anti-hoaks. Mayoritas menggunakan gaya bahasa formal dan semi-formal dengan warna biru sebagai elemen visual utama.

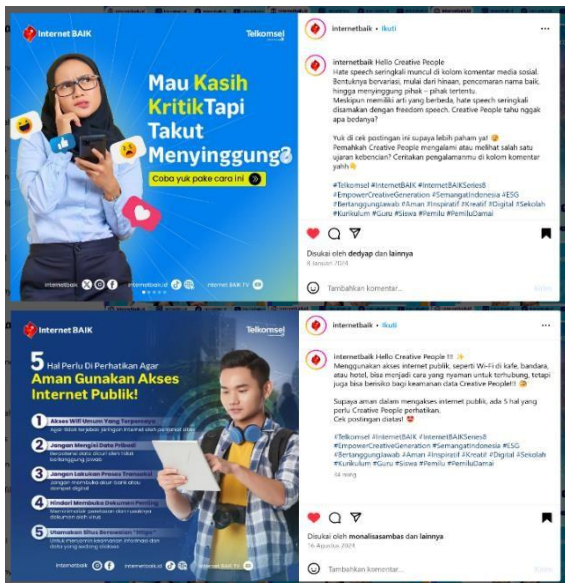
Sebagian besar konten disertai Call to Action (CTA) untuk mendorong keterlibatan audiens. Gaya penyampaian dan desain visual yang konsisten menunjukkan strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan literasi digital utama kepada pelajar sebagai target

Berdasarkan hasil analisis terhadap 20 konten yang diunggah oleh akun Instagram @internetbaik selama periode Januari 2024 hingga Maret 2025, ditemukan bahwa akun ini secara aktif menyampaikan pesan-pesan literasi digital melalui dua format utama, yaitu infografis dan video edukatif. Mayoritas konten (90%)

disajikan dalam bentuk infografis, sedangkan sisanya berupa video edukatif. Dominasi infografis menunjukkan bahwa akun ini mengandalkan pendekatan visual yang ringkas, mudah dicerna, dan cepat disebarluaskan, yang sangat relevan dengan karakteristik pengguna media sosial dari kalangan pelajar.

Secara tematik, konten-konten tersebut dibagi dalam 3 pilar utama literasi digital, yaitu etika berinternet, keamanan digital, dan anti-hoaks. Tema etika berinternet merupakan tema yang paling dominan, muncul dalam 13 dari 20 konten yang dianalisis. Konten dalam kategori ini umumnya membahas cara berkomentar dengan sopan, menjaga etika dalam berkomunikasi di ruang digital, serta pentingnya kesadaran terhadap jejak digital. Hal ini sejalan dengan permasalahan utama yang ditemukan di kalangan pelajar SMA Negeri 2 Medan berdasarkan observasi dan wawancara dengan guru Bimbingan Konseling, yaitu rendahnya kesadaran siswa dalam menerapkan etika saat menggunakan media sosial.

Tema keamanan digital muncul dalam 5 konten, dengan topik seperti menjaga privasi akun, mengenali keamanan jaringan publik, dan membangun password yang aman. Sedangkan tema anti-hoaks hanya muncul dalam satu konten, yang menunjukkan bahwa aspek literasi kritis terhadap informasi digital masih kurang diangkat oleh akun ini padahal kemampuan menyaring informasi palsu merupakan bagian krusial dari literasi digital yang juga menjadi tantangan nyata di kalangan pelajar.



Gambar 2 & 3. Isi Konten Instagram @internetbaik

Berdasarkan Gambar 2, konten membahas perbedaan antara *hate speech* dan *freedom of speech* dalam bentuk infografis dengan gaya visual yang menarik dan kalimat ajakan yang komunikatif. Warna dominan biru muda dan penggunaan ilustrasi ekspresi emoji membuat pesan lebih mudah dicerna dan relevan dengan kebiasaan digital audiens muda.

Sementara itu, Gambar 3 menampilkan tips keamanan saat menggunakan akses internet publik. Infografis ini menggunakan pendekatan informatif yang lugas dengan lima poin utama, ditunjang warna biru tua dan visual anak muda yang sedang menggunakan perangkat digital, mencerminkan konteks dan sasaran konten. Kedua gambar mencerminkan konsistensi desain visual, gaya bahasa, dan tujuan utama @internetbaik dalam menyampaikan literasi digital secara menarik dan mudah dipahami oleh pelajar.

Dari segi gaya komunikasi, penyampaian konten cenderung menggunakan bahasa formal atau semi-formal dengan narasi yang singkat, jelas, dan tidak banyak menggunakan bahasa teknis. Warna-warna dominan seperti biru dan putih mendukung citra profesional dan edukatif. Berdasarkan teori (Krippendorff, 1980). Analisis isi bertujuan untuk mengungkap pola dan makna dalam media komunikasi secara sistematis. Dalam hal ini, akun @internetbaik berhasil membangun pola komunikasi yang konsisten dan objektif, baik secara visual maupun tematis, dalam menyampaikan pesan literasi digital.

Selain itu, ditemukan pula bahwa hampir semua konten menyertakan *Call to Action* (CTA) seperti ajakan untuk membagikan informasi, menyimak lebih lanjut, atau refleksi pribadi. Keberadaan CTA ini menjadi indikator bahwa akun @internetbaik tidak hanya bertujuan menginformasikan, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari audiensnya. Ini

sejalan dengan pandangan (Kaplan & Haenlein, 2010) bahwa media sosial bersifat partisipatif, dan keberhasilan pesan komunikasi digital bergantung pada respons serta interaksi pengguna.

Kesadaran Yang Mulai Terbentuk Namun Belum Konsisten

Konten bertema etika berinternet merupakan yang paling dominan dalam unggahan akun @internetbaik. Dari 20 unggahan yang dianalisis, sebanyak 13 konten membahas topik ini, dengan format utama berupa infografis yang menekankan pesan-pesan moral digital seperti etika berkomentar, pentingnya personal branding, hingga tips menyebar konten positif.

Salah satu informan, R (kelas XI), menyatakan:

“Saya pernah lihat postingan tentang bedanya hate speech dan freedom of speech, itu ngebantu banget karena saya sendiri kadang suka bingung pas diskusi online. Dari situ saya jadi lebih mikir sebelum nulis komentar.”

Temuan ini menunjukkan adanya pemahaman yang mulai terbentuk. Hal ini relevan dengan teori literasi digital oleh (Scheibe & Rogow, 2014) yang menekankan bahwa literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga mencakup dimensi etis dalam interaksi daring.

Namun demikian, guru BK mengungkapkan bahwa implementasi nilai-nilai etika tersebut masih belum merata di kalangan siswa:

“Mereka tahu mana yang salah, tapi kadang masih impulsif saat komentar. Mungkin karena pengaruh lingkungan atau kurang refleksi diri.”

Meningkatnya Kesadaran Privasi Digital

Tema keamanan digital muncul dalam 6 konten dan cenderung menyasar isu-isu teknis seperti membuat kata sandi yang kuat, menghindari kejahatan siber, dan

mengenali fitur keamanan di media sosial. Konten-konten ini menggunakan gaya bahasa formal dengan visual yang profesional, didesain untuk memberikan instruksi praktis.

Informan S (kelas XII) menanggapi:

“Saya baru sadar pentingnya setting privasi setelah lihat postingan soal fitur-fitur buat lindungi akun. Sekarang saya udah jarang pakai WiFi umum sembarangan.”

Temuan ini sejalan dengan model kompetensi literasi digital yang dikemukakan oleh (David Bawden, 2008) yang menyatakan bahwa keamanan digital merupakan salah satu aspek fundamental dari literasi digital yang perlu diajarkan sejak dini. Namun, beberapa siswa mengaku belum terlalu menganggap keamanan digital sebagai prioritas:

“Kalau saya sih belum pernah kena (masalah keamanan), jadi kadang merasa aman-aman aja,” ujar A (kelas X).

Ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman mulai terbentuk, kesadaran belum sepenuhnya internalisasi dalam perilaku digital siswa.

Kurang Diangkat, Padahal Relevan

Hanya satu konten dari total 20 yang membahas secara eksplisit mengenai pencegahan hoaks. Padahal menurut laporan (APJII, 2024), Gen Z termasuk kelompok yang rentan terhadap penyebaran informasi palsu karena intensitas mereka dalam menggunakan media sosial.

Guru BK menyampaikan:

“Siswa kami cukup sering dapat broadcast hoaks, apalagi kalau ada isu politik atau selebritas. Mereka perlu diajarkan cara verifikasi informasi.”

Minimnya konten bertema anti-hoaks menjadi catatan penting terhadap strategi komunikasi @internetbaik. Padahal, seperti dijelaskan oleh (Lee et al., 2012), kemampuan untuk mengevaluasi kebenaran informasi merupakan inti dari literasi digital yang kritis.

Keterlibatan Audiens dan Efektivitas Gaya Komunikasi

Sebagian besar konten menyertakan Call to Action (CTA), seperti ajakan membagikan informasi atau merenungkan perilaku digital pribadi. Informan menyatakan bahwa gaya visual yang menarik dan kalimat ajakan membuat mereka tertarik untuk membaca:

"Gambarnya rame, tapi enggak bikin pusing. Warnanya juga enak dilihat, jadi saya sering save dulu buat dibaca lagi," ungkap N (kelas XI).

Gaya komunikasi ini konsisten dengan prinsip partisipatif media sosial menurut (Kaplan & Haenlein, 2010) yang menekankan pentingnya interaktivitas dalam penyampaian pesan digital.

Secara keseluruhan, temuan ini mendukung teori (Krippendorff, 1980) mengenai analisis isi sebagai metode untuk mengungkap pola komunikasi. Pola konsistensi tema, gaya visual, serta bahasa menunjukkan bahwa @internetbaik memiliki strategi komunikasi digital yang terstruktur. Namun, kurangnya variasi topik terutama pada isu hoaks menjadi kelemahan yang perlu diperhatikan. Dengan pendekatan (Palazzolo, 2023) proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menunjukkan bahwa akun @internetbaik cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman literasi digital siswa, terutama pada aspek etika dan keamanan. Namun, efektivitas ini perlu diperluas pada dimensi literasi kritis informasi agar lebih menyeluruh.

Efektivitas Konten Instagram

Penilaian terhadap efektivitas konten menjadi penting untuk melihat dampak nyata dari strategi komunikasi digital yang digunakan oleh @internetbaik, khususnya dalam menyampaikan pesan-pesan terkait hoaks, keamanan digital, serta etika berinternet. Melalui wawancara dengan pelajar yang menjadi sasaran akun tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa

konten edukatif yang disajikan oleh akun Instagram @internetbaik dinilai cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman mengenai literasi digital. (Rusmiati et al., 1957). Enam narasumber menyatakan bahwa mereka mendapatkan pemahaman baru atau penguatan terhadap isu-isu seperti hoaks, keamanan digital, dan etika berinternet setelah mengakses konten dari akun tersebut. Hal ini selaras dengan konsep literasi digital menurut (UNESCO, 2018) yang mencakup kemampuan dalam mengakses, mengevaluasi, serta menggunakan informasi secara bertanggung jawab di ranah digital.

Secara spesifik, narasumber memberikan penilaian terhadap dua format konten utama, yakni infografis dan video edukatif. Meskipun akun @internetbaik lebih banyak memproduksi konten berbentuk infografis, tempat dari enam pelajar lebih memilih format video edukatif

Mereka menilai bahwa video lebih menarik, mudah dipahami, dan terasa lebih hidup. Sebagai contoh, Narasumber M, F, C, dan G menyatakan bahwa video edukatif lebih efektif dalam menyampaikan pesan karena menggabungkan elemen visual dan audio yang mampu menarik perhatian serta mempertahankan fokus audiens. Hal ini menguatkan argumen (Kaplan & Haenlein, 2010) mengenai kekuatan media sosial sebagai platform komunikasi digital dua arah yang bersifat partisipatif dan interaktif. Meskipun begitu, dua narasumber, yakni R dan S, mengapresiasi konten infografis karena dianggap singkat, padat, jelas, dan informatif. (Putra & Astina, 2019). Hal ini mencerminkan bahwa infografis tetap memiliki daya tarik bagi pelajar yang menyukai informasi ringkas namun langsung pada inti pesan. Namun, beberapa kritik konstruktif juga muncul, seperti saran untuk memperbesar ukuran font, menambahkan warna yang lebih modern, serta menyertakan sumber data agar informasi tampak lebih kredibel. (Andoro &

Nugrahanti, 2022). Ini menunjukkan pentingnya aspek evaluasi informasi dan komunikasi digital dalam literasi digital sebagaimana ditegaskan oleh (Gilster, 1999) di mana keterampilan untuk menilai keakuratan informasi dan penyajiannya menjadi bagian krusial dalam membentuk literasi digital yang utuh.



Gambar 4 & 5. Dokumentasi Wawancara
Berdasarkan Gambar 4 dan Gambar 5 di atas, dapat dijelaskan bahwa kegiatan wawancara dilakukan secara langsung dengan pelajar sebagai informan. Proses wawancara ini berlangsung dalam suasana yang santai namun tetap fokus, menunjukkan keterlibatan aktif informan dalam memberikan tanggapan terkait topik yang dibahas dalam penelitian.

Menariknya, meskipun hanya terdapat dua video edukatif yang diposting oleh akun @internetbaik selama periode pengamatan, sebagian besar narasumber lebih memilih video dibandingkan infografis. Fakta ini menunjukkan adanya potensi besar bagi akun tersebut untuk memperluas produksi konten berbasis video. Dalam konteks analisis isi (Krippendorff, 1980), preferensi terhadap video menunjukkan pola penerimaan pesan yang lebih kuat melalui format audio-visual, dibandingkan dengan teks atau gambar statis. Oleh karena itu, ke depannya, strategi penyampaian pesan oleh akun

@internetbaik dapat diarahkan untuk lebih memanfaatkan kekuatan narasi video yang bersifat menarik dan mendalam.

Meningkat tapi Masih Perlu Penguatan

Seluruh narasumber menyatakan bahwa mereka memperoleh pemahaman baru atau penguatan terhadap isu-isu literasi digital, khususnya terkait etika berinternet dan keamanan digital. Narasumber F (kelas XI) menyampaikan:

“Dulu saya suka asal share info, tapi setelah lihat konten @internetbaik, saya jadi mikir dua kali. Sekarang saya cek dulu bener atau enggak.”

Pernyataan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran terhadap praktik berbagi informasi secara bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan definisi literasi digital menurut (UNESCO, 2018), yaitu kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara etis dan bertanggung jawab di dunia digital. Namun, beberapa narasumber juga menyebut bahwa topik-topik tertentu, seperti hoaks, kurang sering muncul dalam konten:

“Isu hoaks penting banget, tapi jarang saya lihat dibahas. Padahal kita sering banget terpapar info yang belum jelas,” ujar Narasumber C (kelas XI).

Ini menjadi catatan penting bahwa aspek evaluatif dari literasi digital masih perlu diperkuat dalam konten akun tersebut.

Video Lebih Disukai, Infografis Tetap Diminati

Meskipun akun @internetbaik lebih sering memproduksi konten berbentuk infografis, empat dari enam narasumber menyatakan bahwa mereka lebih menyukai format video edukatif karena dianggap lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami.

Narasumber G (kelas XII) mengungkapkan:

“Kalau video itu kita bisa dengar langsung penjelasannya. Jadi lebih masuk

ke otak. Apalagi kalau dikasih contoh kasus nyata.”

Sementara itu, Narasumber M menambahkan:

“Videonya nggak banyak, tapi yang saya tonton itu bagus. Bikin saya fokus karena ada gambar bergerak dan suara.”

Hal ini mendukung pendapat (Kaplan & Haenlein, 2010) tentang kekuatan media sosial sebagai platform komunikasi dua arah yang interaktif, di mana konten audiovisual lebih efektif dalam menarik perhatian dan mempertahankan fokus audiens. Namun demikian, dua narasumber lainnya justru menyukai infografis:

“Saya lebih suka infografis karena singkat, jelas, dan bisa langsung saya screenshot buat dibaca lagi,” kata Narasumber R (kelas X).

Preferensi ini menunjukkan bahwa infografis tetap relevan bagi pelajar yang menyukai informasi yang ringkas dan cepat dikonsumsi, sesuai dengan karakteristik digital natives.

Evaluasi Terhadap Desain dan Kredibilitas Konten

Meskipun secara umum narasumber merasa terbantu dengan konten edukatif dari @internetbaik, beberapa dari mereka juga memberikan kritik konstruktif terhadap aspek desain visual dan kredibilitas informasi.

Narasumber S menyarankan:

“Font-nya kadang kecil dan warnanya kurang kontras. Jadi agak susah dibaca, apalagi kalau dibuka di HP kecil.”

Selain itu, Narasumber F menambahkan:

“Kalau bisa, ditambahin sumber data atau referensi. Biar kita tahu info itu valid dari mana.”

Saran ini relevan dengan teori (Gilster, 1999) yang menekankan bahwa literasi digital mencakup kemampuan untuk mengevaluasi keakuratan dan kredibilitas informasi yang ditemukan secara daring. Kurangnya penyertaan sumber informasi

dapat mengurangi kepercayaan terhadap konten yang ditampilkan.

Potensi Pengembangan Konten Berbasis Video

Fakta menarik yang ditemukan dari wawancara adalah bahwa meskipun akun @internetbaik hanya mengunggah dua video selama periode observasi, mayoritas narasumber lebih memilih format tersebut. Ini mengindikasikan adanya potensi besar untuk memperluas produksi konten berbasis video.

Dalam konteks analisis isi menurut (Krippendorff, 1980) preferensi terhadap format audiovisual mencerminkan pola penerimaan pesan yang lebih kuat dibandingkan dengan media visual statis. Video mampu membangun narasi, menyentuh aspek emosional, dan menjelaskan konsep secara lebih utuh, yang sangat efektif bagi pembelajaran generasi muda.

Interaksi Wawancara Menunjukkan Keterlibatan Aktif

Berdasarkan Gambar 4 dan 5 (Dokumentasi Wawancara), dapat dijelaskan bahwa kegiatan wawancara berlangsung dalam suasana santai namun fokus. Informan tampak aktif dalam menyampaikan pendapat, yang menunjukkan bahwa mereka memiliki keterlibatan emosional dan intelektual terhadap konten yang mereka akses. Hal ini menunjukkan efektivitas pendekatan partisipatif dalam komunikasi digital, di mana audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga penilai aktif dari kualitas informasi yang mereka konsum.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis isi dan wawancara mendalam dengan enam pelajar SMA Negeri 2 Medan, penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @internetbaik memiliki peran signifikan namun belum optimal dalam meningkatkan

literasi digital pelajar. Temuan menunjukkan dua hal utama:

Dominasi tema etika berinternet dan keamanan digital, serta minimnya konten bertema anti-hoaks menunjukkan adanya ketimpangan distribusi topik literasi digital. Padahal, hoaks merupakan isu yang krusial dalam ekosistem digital remaja dan preferensi pelajar terhadap format video edukatif, meskipun saat ini jumlah konten video sangat terbatas. Ini mengindikasikan bahwa format penyampaian memiliki pengaruh kuat terhadap efektivitas komunikasi digital, di mana video lebih mampu menarik perhatian dan membangun keterlibatan emosional dibandingkan infografis.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa pilihan format, desain visual, dan pendekatan komunikasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan pemahaman pelajar terhadap isu-isu digital. Namun, efektivitas ini masih perlu ditingkatkan dengan penyesuaian konten terhadap kebutuhan dan karakteristik audiens.

Daftar Pustaka

- Andoro, B., & Nugrahanti, F. (2022). Analisis Literasi Digital Pengikut Instagram @komsosbanyumanik. *DoubleClick: Journal of Computer and Information Technology*, 6(1), 33. <https://doi.org/10.25273/doubleclick.v6i1.10498>
- David Bawden. (2008). Origins and Concepts of Digital Literacy. *Digital Literacies - Concepts, Policies, and Practices*, 17–32.
- Gilster, P. (1999). Digital_Literacy gilster. *Meridian: A Middle School Computer Technologies Journal*, 141. https://www.academia.edu/1354072/Digital_Literacy?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page
- 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>
- Krippendorff, K. (1980). Validity in Content Analysis. *Computerstrategien Für Die Kommunikationsanalyse*, 69–112. http://repository.upenn.edu/asc_papers/291
- Kurnia, A., & Cempaka, L. (2023). Literasi Digital Bagi Pelajar: Bijak Bermedia Sosial Dan Cerdas Memanfaatkan Media Massa (Studi Kasus Konten Makanan Di Smk Merah Putih Bekasi). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 6(3), 287–299. <https://doi.org/10.36341/jpm.v6i3.3089>
- Lee, J. K., Park, J. W., Kim, Y. H., & Baek, S. H. (2012). Association between PAX9 single-nucleotide polymorphisms and nonsyndromic cleft lip with or without cleft palate. In *Journal of Craniofacial Surgery* (Vol. 23, Issue 5). <https://doi.org/10.1097/SCS.0b013e31824e27c7>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Palazzolo, D. J. (2023). Research Methods. *Experiencing Citizenship: Concepts and Models for Service-Learning in Political Science*, 109–118. <https://doi.org/10.4324/9781003444718-9>
- Putra, K. A. M., & Astina, K. A. D. (2019). Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana. *Jurnal Nawala Visual*, 1(2), 113–121.

- Rusmiati, E. T., Angellia, F., Pranawukir, I., Winata, N. P., & Fazri, F. (1957). *Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora Dakwah Digital Berbasis Kecerdasan Buatan : Penerapan IndoBERT dalam Analisis dan Penyebaran Konten Dakwah Peduli Lingkungan di Media Sosial*. 83–89.
- Sari, D. N., & Fasa, M. I. (2023). Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.936>
- Scheibe, C., & Rogow, F. (2014). What Is Media Literacy? *The Teacher's Guide to Media Literacy: Critical Thinking in a Multimedia World*, 19–34. <https://doi.org/10.4135/9781483387581.n3>
- Tsabitah, N. N., Sarkity, D., Abdurrahman, N., & Kunci, K. (2024). Digitalisasi pembelajaran melalui pengembangan e-modul berbasis flipbook untuk pembelajaran rangkaian arus bolak-balik dan kemagnetan di SMKN 55 Jakarta Pendahuluan. 1, 133–143.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @Infinitygenre. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.744>