

Tahun Akademik - Periode : 2022/2023 (Semester Genap)

Skema Abdimas : Mandiri

**LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**EDUKASI LITERASI KOMUNIKASI DALAM KELUARGA
DAN SOSIAL MARKETING DI LINGKUNGAN
POSYANDU KENANGA DEPOK JAWA BARAT**



Ketua:
Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, M.M

Anggota Dosen:
Mohamad Reza Hilmy, SKM, MARS, Ph.D
Dwi Nurmawaty, SKM, MKM
Sukardi, SE, M.M (Universitas Darma Persada)
Dr. Zairil, S.Pd, M.M (Universitas Mercu Buana)

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

JAKARTA

2023

Halaman Pengesahan
Laporan Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat
Universitas Esa Unggul

1. Judul Kegiatan Abdimas : Edukasi Literasi Komunikasi Dalam Keluarga dan Sosial Marketing di Lingkungan Posyandu Kenanga Depok Jawa Barat
2. Nama Mitra Sasaran : Posyandu Kenanga Depok Jawa Barat
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, MM
 - b. NIDN : 0318027205
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
 - e. Bidang Keahlian : Ekonomi & Bisnis Kesehatan
 - f. Telepon : 08998103189
 - g. Email : erlina.puspitaloka@esaunggul.ac.id
4. Jumlah Anggota Dosen : 4 Orang
5. Lokasi Kegiatan Mitra
 - a. Alamat : Jl. Kenanga Raya RW.019, Sukma Jaya
 - b. Kabupaten/Kota : Depok
 - c. Provinsi : Jawa Barat
6. Periode/Waktu Kegiatan : Semester Genap / 3 Bulan
7. Luaran Yang Dihasilkan : Repositori Perpustakaan Univ.Esa Unggul
8. Usulan/Realisasi Anggaran :
 - a. Dana Internal UEU : -
 - b. Sumber Dana Lain : -

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE, MS
NIDN. 0310018004

Jakarta, 25 Juli 2023
Ketua
Tim Pengusul

Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, MM
NIDN. 03118027205

Mengetahui,
Kepala Lembaga dan Pengabdian Kepada Masyarakat



Dr. Erry Yudhya Mulyani, S.Gz., M.Sc
NIDN. 0326058403

RINGKASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bagian dari Tri Darma Perguruan Tinggi, yang wajib dilakukan oleh setiap Dosen di bawah naungan Universitas Esa Unggul Jakarta. PKM merupakan pencerahan dan pentransferan pengetahuan yang diberikan Dosen kepada masyarakat luas juga komunitas, target sasaran dan lain-lain, dengan tujuan agar masyarakat dapat memahami dan mengetahui kemajuan-kemajuan ilmu pendidikan yang berkembang pada saat ini.

Pelaksanaan PKM tahun 2023 ini dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan menerapkan protokol kesehatan dan tetap membatasi peserta. Pelaksanaan ini dilaksanakan oleh Dosen lintas Fakultas dan Prodi pada Semester Genap ini, Tahun Akademik 2022/2023 dengan Judul **PKM “EDUKASI LITERASI KOMUNIKASI DALAM KELUARGA DAN SOSIAL MARKETING DI LINGKUNGAN POSYANDU KENANGA DEPOK JAWA BARAT”** dengan peserta 16 orang dari Kader Posyandu dan didampingi oleh Ketua RW dan jajaran RT dalam berlangsungnya kegiatan PKM.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media massa adalah media yang menjadi saluran komunikasi dalam proses komunikasi massa. Saat ini terpaan media massa sudah bukan lagi hal yang bisa dihindari. Dalam kehidupan masyarakat modern, media massa sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan. Media massa sudah melebur dengan kehidupan sehari-hari. Dominasi media massa dalam kehidupan masyarakat modern memang tidak terhindarkan lagi. Dengan segala kelebihannya, media massa nyaris menawarkan semua hal yang dibutuhkan manusia: hiburan, informasi, pelarian masalah, solusi, identitas, semua serba niscaya. Kemajuan teknologi bahkan mengalahkan ruang dan waktu menjadikan media sebagai sarana ampuh untuk pencapaian tujuan apapun (Croteau: 2000). Tidak dapat dipungkiri, media massa saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, baik dari sisi teknologi maupun informasi. Media massa di sini mencakup berbagai macam jenis media, baik televisi, radio, surat kabar, majalah, buku, film, dan internet. Peningkatan media massa memberikan pengaruh yang besar terhadap khalayak media, tidak hanya pengaruh positif namun juga pengaruh negatif.

Ngafifi (2014) mengatakan bahwa kemajuan teknologi akan memberikan pengaruh negatif pada aspek sosial budaya seperti kemerosotan moral dikalangan warga masyarakat, kenakalan dan tindak menyimpang dikalangan remaja semakin meningkat dan pola interaksi antar manusia yang juga mengalami perubahan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Strasburger (2010: 20) pada remaja di Amerika Serikat, diketahui bahwa terdapat hubungan antara isi tayangan televisi dengan dampak negatif yang dihasilkan.

Temuan tersebut antara lain, tayangan kekerasan sering mengakibatkan rasa kecemasan yang berlebihan, tayangan seksual berdampak pada meningkatnya seksualitas yang menyimpang di kalangan remaja, meningkatkan gaya hidup konsumtif akibat dari tayangan iklan dan menirukan artis yang sering ditayangkan oleh televisi, seperti gaya rambut, pakaian, dan sebagainya. Disinilah perlunya pemahaman tentang literasi media bagi khalayak pengguna media massa. Konsep *literasi media* atau yang di Indonesia dikenal dengan kata “melek media” menjadi

penting artinya bagi individu. Konsep ini menawarkan gagasan pada individu untuk secara aktif menafsirkan pesan yang pada akhirnya diharapkan menjadi bentuk penguatan pada individu dalam menghadapi atau mengakses media. Potter dalam bukunya *media literacy: Third Edition* mengatakan bahwa literasi media adalah yang digunakan oleh individu secara aktif ketika berhadapan dengan media untuk menafsirkan makna dari pesan yang ditemuinya (Potter, 2004). Sedangkan berdasarkan Konferensi kepemimpinan Nasional dalam Literasi Media (*National Leadership Conference on Media Education*) di Amerika Serikat tahun 1992, definisi literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dengan berbagai bentuknya (Hobbs, 1999: 3).

Perhatian terhadap pentingnya literasi media sudah dicurahkan oleh banyak pihak, baik pemerintah, maupun lembaga pendidikan. Persoalan yang perlu mendapatkan perhatian serius pada saat ini adalah bagaimana mengajak orangtua untuk bisa memahami pentingnya melakukan pengaturan dalam menggunakan media pada anggota keluarga, khususnya anak-anak dan remaja, serta bagaimana bisa mengajak orangtua bekerjasama membentuk pola menggunakan media yang sehat. Tanpa keterlibatan orangtua, sulit bisa mendapatkan hasil optimal.

Keterlibatan orangtua dalam mewujudkan kondisi melek media (literasi media) dalam keluarga sangatlah besar peranannya. Hal ini terjadi karena dalam keluarga, orangtua lah yang memiliki akses utama terhadap media. Orangtua yang memutuskan untuk berlangganan televisi kabel atau tidak, memasang saluran internet atau tidak, membelikan telepon seluler untuk anaknya atau tidak. Orang tua juga yang memutuskan untuk menerapkan aturan jam menonton televisi atau tidak dan membatasi penggunaan telepon pintar atau perangkat elektronik lainnya yang terhubung ke internet.

Bertolak dari kenyataan tersebut maka pelibatan orangtua dalam membangun pemahaman literasi media sangatlah signifikan. Dalam banyak kasus, ketika anak mulai terkena dampak media, seperti meniru kata-kata kasar, bertindak agresif, kurang suka bersosialisasi, dan sebagainya, orang tua cenderung lebih banyak mengkritik media sebagai biang kerok berubahnya pengetahuan, sikap, dan perilaku anaknya. Orangtua lupa bahwa hal itu juga terjadi karena kurangnya pengawasan, dan bimbingan orang tua dalam penggunaan media. Sejatinya, manajemen

penggunaan media dari segi tanggung jawab dan waktu penggunaan sangat penting, sehingga diperlukan peran masyarakat, terutama dari orang dewasa agar bisa membimbing anak-anak dalam menggunakan media (Adebiyi *et al.* 2015).

Pemahaman tentang literasi media pada orangtua, tidak hanya akan membuat anak dan remaja lebih mampu mengatur perilaku bermedia mereka, melainkan secara langsung juga akan membuat para orang tua sendiri dapat memiliki kemampuan untuk bisa berinteraksi dengan media secara cerdas. Pada akhirnya, berawal dari keluarga, masyarakat diharapkan dapat memiliki suatu ketahanan sosial dalam menghadapi perubahan sosial budaya yang disebabkan oleh media massa.

Di era digital yang semakin maju ini, komunikasi telah menjadi salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan media sosial, komunikasi menjadi semakin kompleks dan meluas ke berbagai bidang kehidupan. Di tengah derasnya arus informasi, muncul tantangan besar yang harus dihadapi masyarakat modern: kemampuan berkomunikasi. *“Information literacy is a set of abilities requiring individuals to recognize when information is needed and have the ability to locate, evaluate, and use effective needed information”*. Dengan kata lain, literasi informasi didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi informasi yang dibutuhkan, memperoleh dan menemukan informasi, mengevaluasi informasi, dan menggunakan informasi secara efektif (Melani, 2016)

Berkomunikasi semakin jelas dengan semakin canggihnya media dan alat komunikasi yang tersedia. Kehadiran internet dan media sosial memudahkan untuk mendapatkan informasi, namun juga membawa dampak negatif, seperti penyebaran berita bohong dan dampak psikologis dari paparan konten yang tidak pantas. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi sangat penting bagi individu, kelompok maupun masyarakat secara keseluruhan untuk dapat bertahan di tengah arus informasi yang terus. Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan manusia dan sekaligus dasar kehidupan Perusahaan yang dapat menentukan struktur perusahaan untuk lingkungan. Tanpa komunikasi, sulit bagi seseorang untuk hidup lagi. Sebagai makhluk sosial, kita merasa perlu untuk terhubung dengan orang lain (Syafitri & Kesuma, 2023)

Dalam berkomunikasi keluarga harus memiliki pemahaman informasi yang ada lingkungan masyarakat. Lingkungan masyarakat memainkan peran krusial dalam menghadapi informasi sosial marketing. Informasi sosial marketing sebagai

bentuk pesan atau konten yang dibuat dan disebar oleh pihak-pihak tertentu dengan tujuan mempengaruhi opini, perilaku, atau pandangan masyarakat terhadap suatu topik atau produk. Dalam menghadapi informasi sosial marketing, lingkungan masyarakat memiliki peran dalam membentuk cara pandang, tanggapan, dan tindakan terhadap informasi yang diterima. Tren utama dalam kehidupan saat ini adalah teknologi digital. Dalam situasi ini, pemasaran barang dan jasa telah berubah secara signifikan. Digital marketing menjadi faktor yang berdampak besar pada pemasaran saat ini. Pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai promosi barang dan jasa melalui media digital melalui berbagai saluran seperti media sosial, situs web, email, dan aplikasi (Ilmi et al., 2023).

BAB II **TARGET DAN LUARAN**

2.1. Target

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, target dari PKM ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada kader posyandu untuk berkomunikasi dengan baik melalui berbagai platform, termasuk media sosial, pesan teks, email, dan berbagai saluran komunikasi modern lainnya. Literasi berkomunikasi juga mencakup kemampuan untuk mengenali disinformasi, hoaks, dan manipulasi informasi yang seringkali menyebar luas di dunia digital saat ini terlebih berkaitan dengan sosial marketing yang ada di masyarakat.

2.2. Luaran

Diharapkan dari pengabdian masyarakat dengan topik edukasi literasi berkomunikasi dan sosial marketing di masyarakat dapat mencakup berbagai aspek yang akan berdampak pada pemahaman, kesadaran, dan tindakan masyarakat terkait komunikasi yang efektif dan kritis dalam menghadapi informasi sosial marketing. Kesadaran mengenai pentingnya literasi berkomunikasi di era digital. Peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kompleksitas literasi dalam berkomunikasi modern dan dampaknya pada kehidupan sehari-hari. Masyarakat akan menyadari bahwa kemampuan untuk memahami, menilai, dan menggunakan informasi dengan tepat adalah keterampilan esensial dalam menghadapi arus informasi yang terus meningkat.

BAB 3

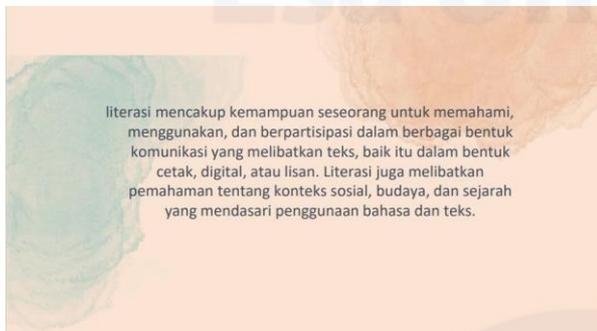
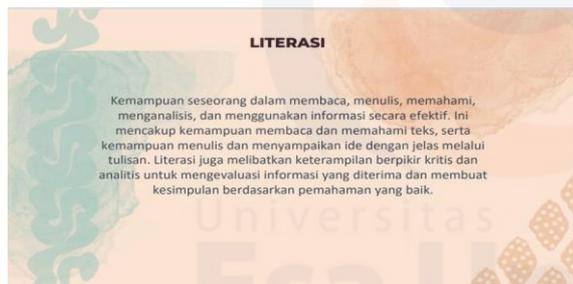
METODE PELAKSANAAN

3.1. Metode Presentasi

Metode yang dilakukan dalam PKM ini menggunakan metode presentasi dalam tatap muka power point saat menjelaskan dilakukan dalam satu haridengan diakhiri diskusi dan kuis tanya jawab secara lisan terkait LITERASI BERKOMUNIKASI DALAM KELUARGA DAN SOSIAL MARKETING DI LINGKUNGAN POSYANDU KENANGA DEPOK. Secara bergantian narasumber memberikan materi sesuai dengan bidang kelilmuan yang dimiliki dengan berbagai contoh kongkrit yang dapat langsung dilihat dimasyarakat, diskusi dan tanya jawab berlangsung dengan sangat terarah berdasarkan dengan topik.

3.2. Materi Presentasi

Berikut ini tampilan materi presentasi dalam pengabdian kepada masyarakat:



Tujuan Literasi

1. Akses dalam Berkomunikasi: Literasi memberikan akses kepada individu untuk memperoleh pengetahuan dan informasi yang ada dalam berbagai bentuk teks. Dengan kemampuan membaca dan memahami teks, seseorang dapat belajar dan mendapatkan pemahaman tentang berbagai topik, termasuk ilmu pengetahuan, sejarah, budaya, dan banyak lagi.
2. Kemandirian: Literasi membantu individu menjadi mandiri dalam mencari dan menggunakan informasi. Dengan keterampilan membaca dan menulis yang baik, seseorang dapat mengakses sumber daya yang beragam, mengevaluasi kebenaran informasi, dan mengambil keputusan yang berdasarkan pemahaman yang baik.
3. Pendidikan: Literasi merupakan dasar penting dalam proses pendidikan. Kemampuan membaca dan menulis yang baik membantu siswa dalam memahami materi pelajaran, berpartisipasi aktif dalam diskusi, dan mengekspresikan pemikiran mereka secara efektif. Literasi juga membantu siswa untuk menjadi pembelajar sepanjang hayat.
4. Keterampilan kerja: Dalam dunia kerja yang semakin kompetitif, literasi menjadi keterampilan yang sangat penting. Kemampuan membaca, menulis, dan berpikir kritis adalah keterampilan yang dicari oleh banyak pekerjaan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi individu dalam dunia kerja.
5. Partisipasi sosial dan politik: Literasi memungkinkan individu untuk berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan sosial dan politik. Dengan kemampuan membaca dan memahami teks, seseorang dapat terlibat dalam diskusi publik, mengakses berita dan informasi politik, serta berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dalam masyarakat.
6. Kritis berpikir: Literasi membantu mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan analitis. Dengan memahami teks secara kritis, seseorang dapat mengevaluasi informasi, mempertanyakan argumen yang disajikan, dan membuat kesimpulan yang berdasarkan pemahaman yang baik.

Tujuan dari literasi adalah memberdayakan individu dengan keterampilan membaca, menulis, dan berpikir kritis agar mereka dapat mengakses pengetahuan, berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan sosial, dan menjadi warga yang berpikiran terbuka dan kritis.

BERKOMUNIKASI DALAM KELUARGA

Shannon dan Weaver C. Shannon dan W. Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication* (1949), komunikasi yakni bentuk interaksi manusia yang saling memengaruhi satu sama lain secara sengaja dan tidak sengaja.

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam buku *Human Behavior: An Inventory of Scientific Finding* (1964) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan lain-lain melalui penggunaan kata, angka, simbol, gambar, dan lain sebagainya.

TIPS UNTUK BERKOMUNIKASI YANG BAIK DALAM KELUARGA:

1. Dengarkan dengan penuh perhatian: Ketika anggota keluarga berbicara, luangkan waktu untuk mendengarkan dengan penuh perhatian.
2. Gunakan bahasa yang sopan dan hormat: Saat berkomunikasi dengan anggota keluarga, gunakan bahasa yang sopan, hormat, dan menghormati perasaan satu sama lain.
3. Jaga emosi Anda: Komunikasi yang baik dalam keluarga melibatkan mengelola emosi dengan baik. Cobalah untuk tetap tenang dan mengendalikan kemarahan atau frustrasi saat berkomunikasi.
4. Saling menghargai dan menghormati: Penting untuk saling menghargai dan menghormati pandangan dan pendapat anggota keluarga. Berikan ruang bagi setiap orang untuk berbicara tanpa takut dihakimi atau diabaikan.
5. Perhatikan ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan nada suara anggota keluarga saat mereka berbicara.
6. Jadwalkan waktu khusus untuk berkomunikasi: Di tengah kesibukan sehari-hari, penting untuk memiliki waktu khusus untuk berkomunikasi dalam keluarga.
7. Berikan umpan balik yang konstruktif: Saat berkomunikasi dalam keluarga, berikan umpan balik yang konstruktif dan jujur. Jika ada masalah atau ketegangan, sampaikan dengan cara yang baik dan cari solusi Bersama.
8. Tetap terbuka untuk kompromi: Dalam keluarga, penting untuk belajar mengambil kompromi dan menemukan solusi yang memuaskan semua pihak. Jadilah fleksibel dan terbuka terhadap perspektif dan kebutuhan anggota keluarga lainnya.

Tujuan Sosial Marketing:

Tujuan utama sosial marketing adalah meningkatkan kesejahteraan sosial dan lingkungan dengan mempengaruhi perilaku masyarakat secara positif. Diharapkan sosial marketing memiliki potensi besar dalam menciptakan perubahan sosial yang positif dengan memanfaatkan prinsip dan teknik pemasaran. Ini membantu menggalang dukungan, meningkatkan kesadaran, mengubah sikap dan perilaku, serta mempengaruhi kebijakan dan norma sosial yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

SOSIAL MARKETING

Sosial marketing (pemasaran sosial) adalah pendekatan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku sosial yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Sosial marketing menggunakan prinsip dan teknik pemasaran tradisional untuk mempromosikan perubahan sosial positif, seperti meningkatkan kesehatan masyarakat, melindungi lingkungan, memerangi kemiskinan, mendorong kesetaraan gender, dan mengurangi perilaku yang merugikan masyarakat.

Contoh Sosial Marketing di Indonesia pada Lingkungan Masyarakat

Kewirausahaan: Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mempromosikan kewirausahaan di kalangan masyarakat. Kampanye ini bisa melibatkan pelatihan kewirausahaan, pendampingan bisnis, akses ke sumber daya dan modal usaha, serta promosi inspirasi dan kisah sukses para pengusaha lokal.

Pemberdayaan Ekonomi Perempuan: Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan peran dan partisipasi ekonomi perempuan, serta mengatasi kesenjangan gender dalam akses dan peluang ekonomi. Kampanye ini dapat melibatkan pelatihan keterampilan, akses ke modal usaha, pengembangan jaringan bisnis, serta promosi kesetaraan gender dalam kesempatan kerja dan pengambilan keputusan ekonomi.

Konsumsi Produk Lokal: Kampanye ini bertujuan untuk mempromosikan dan meningkatkan konsumsi produk lokal di Indonesia. Kampanye ini bisa melibatkan promosi produk lokal, edukasi tentang manfaat konsumsi produk lokal bagi perekonomian lokal, dan pembentukan kesadaran akan pentingnya mendukung pengusaha lokal.

BAB 4

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

4.1. Kinerja LPPM – UEU

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas EsaUnggul, disingkat dengan LPPM – UEU dibentuk tahun 1994 dan dikukuhkan pada tanggal 1 Oktober 1998 berdasarkan Surat Keputusan Ketua Yayasan Kemala No. 041/KYK/SK/X/98. LPPM - UEU adalah unit otonom yang bertanggungjawab langsung kepada Rektor. LPPM – UEU merupakan unsur pelaksana kegiatan dan mengkoordinir penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di lingkungan Universitas Esa Unggul.

Dalam menyelenggarakan fungsi-fungsinya, LPPM – UEU mengemban tugas pokok sebagai berikut :

1. Melaksanakan penelitian terhadap ilmu pengetahuan, teknologi serta masalah-masalah kemasyarakatan, baik untuk kepentingan pendidikan maupun untuk kepentingan pembangunan.
2. Melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

4.2. Kinerja Anggota TIM

Skema pengabdian pada masyarakat ini adalah multi disiplin, namun untuk memenuhi ketentuan tentang kelayakan fakultas/program studi dalam mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat di jelaskan bahwa salah satu tugas pokok fakultas dan program studi adalah mendorong para dosen untuk melaksanakan tri dharma perguruan tinggi, Data tentang kepakaran dan pegalaman pelaksana pengabdian, dapat dilihat pada table berikut :

Tim Pelaksana	Relevansi Keahlian	Sinergisme	Pengalaman dan Kepakaran
Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, MM	Magister Manajemen	Narasumber	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengampu Mata kuliah Sistem Informasi Manajemen, Kewirausahaan 2. Penulis Buku dan Modul Komunikasi Kesehatan dan Entrepreneurship
Mohamad Reza Hilmy, SKM, MARS, PhD	Kesehatan Rumah Sakit dan Klinik	Panitia / Narasumber	Pengampu Mata kuliah Kesehatan, Sistem Informasi RS, Manajemen RS, Manajemen Klinik / Posyandu
Dwi Nurmawaty, SKM, MKM	Kesehatan Masyarakat	Panitia / Narasumber	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengampu Matakuliah Manajemen Kesehatan, Digital Business 2. Pendamping UMKM (Duta Digital) - Entrepreneurship
Dr. Zairil, SPd, MM	Pendidikan dan Bahasa	Panitia / Narasumber	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengampu Mata kuliah Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris 2. Penulis Buku dan Modul Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Perhotelan (MICE)
Sukardi, SE, MM	Manajemen	Panitia / Narasumber	Pengampu mata kuliah Manajemen dan Pendidikan

BAB 5

JADWAL PELAKSANAAN

Jadwal Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada :

Hari / Tanggal : Kamis 13 Juli 2023

Tempat : Lingkungan RW 19 Depok Jawa Barat

Pukul : 09.00 – 12.00 WIB

Judul : Edukasi Literasi Komunikasi Dalam Keluarga Dan Sosial Marketing
Di Lingkungan Posyandu Kenanga Depok Jawa Barat.

Waktu	Kegiatan
09.00 -10.00 WIB	Kata Sambutan dan Pembukaan dari Bapak RW dan Pengurus Posyandu Kenanga
10.00 – 11.00 WIB	Memberikan materi pengetahuan, pemahaman dan contoh Literasi Komunikasi Dalam Keluarga Dan Sosial Marketing Di Lingkungan Posyandu Kenanga RW.19 Depok, Jawa Barat dalam media sosial dan komunikasi kesehatan.
11.00 -12.00 WIB	Berdiskusi terkait dengan literasi digital, komunikasi, sosial marketing dan media sosial.

BAB 6

KESIMPULAN

Pada era media seperti sekarang ini, kemampuan literasi media mutlak diperlukan oleh seluruh lapisan masyarakat. Literasi media itu sendiri perlu dibangun dari dalam keluarga, sebab di dalam keluarga biasanya mulai ditanamkan nilai-nilai yang akan digunakan untuk berkehidupan sosial dan bermasyarakat. Orang tua yang menjadi Kader Posyandu di Depok dinilai sebagai individu yang potensial dalam membangun pemahaman literasi media dalam keluarga. Kondisi ini dimungkinkan karena kader posyandu sering mendapatkan pelatihan dan terpapar informasi yang cukup tinggi, termasuk tentang literasi media. Abdimas ini telah menghasilkan sebuah model perilaku komunikasi kader posyandu dalam membangun pemahaman literasi media dalam keluarga.

Melalui model tersebut dapat dilihat bahwa meskipun kemampuan literasi media kader posyandu belum komprehensif karena baru sebatas mengakses dan mengevaluasi konten media, namun mereka telah melakukan upaya untuk membangun pemahaman literasi media dalam keluarga sebagai bentuk perilaku komunikasi mereka, yaitu dengan melakukan pembatasan jam menonton televisi dan membatasi anggota keluarganya untuk mengakses internet. Upaya ini dilakukan oleh kader posyandu dalam bentuk verbal maupun non verbal.

Namun demikian, terdapat berbagai kendala dalam membangun pemahaman literasi media, yaitu orang tua tidak konsisten menerapkan aturan pembatasan penggunaan media dan keterbatasan kemampuan orang tua dalam menggunakan internet. Dengan adanya kendala tersebut, para orang tua berusaha mengatasinya dengan mengajak anak-anaknya untuk melakukan aktivitas lain seperti membantu menyelesaikan pekerjaan rumah dan membatasi pembelian paket internet. Mencermati temuan penelitian ini, berbagai pihak perlu dilibatkan untuk mengajak masyarakat menjadi cerdas dan kritis dalam menggunakan media.

Commented [1]:

Commented [WU2]:

...

Berdasarkan hasil edukasi dalam Pengabdian Masyarakat ini, para kader sebagai salah satu tokoh panutan dalam keluarga dan masyarakat setempat perlu terus diberikan penguatan kapasitas tentang literasi media. Pemahaman yang perlu diperkuat bukan saja tentang pembatasan waktu mengakses media namun yang terutama adalah kemampuan memilah informasi yang layak dan tidak layak dikonsumsi dari berbagai media oleh kader itu sendiri maupun anggota keluarganya.

BAB 7

PENUTUP

Literasi komunikasi dan pemahaman tentang pemasaran sosial penting di era digital sangatlah penting terlebih dengan masuk kedalam media sosial. Dibutuhkan pemahaman yang baik untuk menyerap berbagai informasi. Dengan meningkatkan literasi dalam berkomunikasi, orang dapat menggunakan informasi pemasaran sosial dengan lebih bijak, menghindari penyebaran informasi palsu, dan menggunakan teknologi komunikasi secara bertanggung jawab. Dengan demikian, masyarakat dapat semakin sadar, kompetitif, dan kritis dalam menghadapi arus informasi yang semakin meningkat di dunia digital

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Tri Nugroho, (2017), *Pola Pengawasan Orang Tua Terhadap Aktivitas Anak di Dunia Maya: Studi Kasus Pada Keluarga dengan Anak Remaja Usia 12 – 19 Tahun di Purwokerto*. Jurnal Acta Diurna. Vol 13 No. 2 Tahun 2017: 1 – 20. Available at: jos.unsoed.ac.id/index.php/acta_diurna/article/view/604/467, [diakses tanggal 15 Mei 2018].
- Adebiyi, A., Akinbode, M., Okuboyejo, S., Agbodola, M.G. Ang Oni, A.A., (2015), *Sosial Networking and Students' Academic Performance: The Role of Attention Deficit, Predictors of Behavior and Academic Competence*. [online], Available at: <http://eprint.covenantuniversity.edu.ng/5336>, [diakses tanggal 15 April 2018].
- Ashari, Rizqi Ganis, (2018), *Memahami Hambatan dan Cara Lansia Mempelajari Media Sosial*, Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 15 No. 2, Desember 2018: 155-170. Available at: <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/download/1245/1236>. [diakses tanggal 7 Januari 2019].
- Buluamang, Yohanes Museng Ola, (2018), *Hubungan Antara Perilaku Komunikasi Kepala Daerah dengan Citra Publik dan Ekspektasi Publik*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol. 22 No. 1 Juni 2018: 75 – 87.
- Croteau, David., dan Hoynes, William, (2000), *Media Society: Industries, Images, and Audiences, Edisi Kedua: Pine Forge Press*.
- Darwadi, MS, (2017), *Media Baru Sebagai Informasi Budaya Global*, Jurnal Komunikator Vol. 9 No. 1 Mei 2017: 39 – 47.
- Day, Vania Maovangi., dan Qodariah, Siti, (2018), *Menumbuhkan Literasi Digital Pada Anak Usia Sekolah 6 – 12 Tahun*, Porceeding, unisba.ac.id
- Hoobs, Reene, (1999), *Acquisition of Media Literacy Skills Among Australian Adolescent*, Journal of Broadcasting and Electronic Media, USA.
- Juliswara. Vibriza, (2017), *Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebinekaan dalam Menganalisis Informasi Palsu (Hoax) di Media Sosial*, Jurnal Pemikiran Sosiologi, Vol. 4 No. 2. 2017: 142 - 164. Available at: <https://journal.ugm.ac.id/jps/article/download/28586/pdf>. [diakses tanggal 2 Mei 2018].
- Kalangi, Paramitha Amanda Rorimpandey J. S, (2016), *Perilaku Komunikasi Pengguna Sosial Media Path (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi)*, e-journal Acta Diurna Vol. V No. 3 Tahun 2016. [diakses tanggal 15 Oktober 2019].
- Khoiri. Muhibbul, (2017), *Literasi Media Televisi di Kalangan Orang tua di Dukuh Sanggrahan, Condongcatur, Depok, Sleman*, E-Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan Vol. VI No. 7 tahun 2017: 1 698 – 711. [diakses tanggal 17 Juni 2018].
- KPI, (2016), *Hasil Survey Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Periode 3 tahun 2016*, Tidak diterbitkan.
- KPID NTT, 2019
- Kurnia, N, (2017), *Literasi Digital Keluarga*, Yogyakarta: Center For Digital Society (CFDS).
- Latif, Abdul, (2007), *Pendidikan Berbasis Nilai Masyarakat*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Lawang, Robert M.Z, (1985), *Pengantar Sosiologi*, Jakarta: Karunia.
- Mas'Amah, (2017), *Literasi Media Televisi Pada Remaja SMP di Kota Kupang*

(Studi Kasus Perilaku Menonton Televisi Pada Remaja SMP di Kota Kupang), Disertasi. Tidak diterbitkan.

Mas'Amah., dan Hana, Ferly Tanggu, (2018), *Literasi Media Kader Posyandu di desa Oeltua Kecamatan Taebenu Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Prosidings, Kupang: Lembaga Penelitian Undana.

Miles, H.B., dan Huberman, A.M, (1994), *Qualitative Data Analysis: A sourcebook Of New Methods (Edisi Ke – 2)*. Thousand Oaks. CA: Sage.

Muthmainnah, Aditsa Amalia., dan Junaedi, Fajar, (2018), *Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media Baru Oleh remotivi Tahun 2015-2018*.

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/21549/JURNAL.pdf?sequence=11&isAllowed=y> [Diakses tanggal 20 Mei 2019].

Ngafifi, M, (2014), *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam perspektif Sosial Budaya*. Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi [online] 2 Available at: <http://journal.uny.ac.id/index.php/jppfa/article/view/2616>. [diakses tanggal 28 Mei 2018].

Potter, W. James, (2004), *Media Literacy: Third Edition*, London: Sage Publication.

Rakhmat, Jalaluddin, (2008), *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Siregar, Syofian, (2013), *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Bumi Aksara.

Starsburger, V.C. (2010), *Children, Adolescent, and the Media: Seven Keys Issues*, Pediatric Annuals. 39: 556-564.

Subagijo, Azimah, (2011), *Panduan Sosialisasi Literasi Media televisi: Pegangan Untuk Narasumber; Literasi Media Sebagai Program yang Berkesinambungan*, Jakarta: KPI Pusat.

West, R., dan Turner, Lynn H. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Terjemahan Brian Marswendy. Jakarta: Salemba Humanika.

Yudono, Johdi, (2011), *Duh...81 Persen Anak NTT Sehari Nonton Sinetron*, Available at: <http://nasional.kompas.com/read/2011/11/16/21480647/duh.81.persen.anak.ntt.seharian.nonton.sinetron>. [diakses tanggal 16 Oktober 2015].

Ilmi, S. N., Nauval, A.-H., Hadi, S., Daroin, F., Muzakki³, P., Khabibah⁴, M., Fajari⁵, M. S., Danditya, V., Sugiharto⁶, D., & Arum⁷, D. P. (2023). Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Digitalisasi Marketing Di Kelurahan Tanggung Kota Blitar Improving Community Knowledge of Digital Marketing in the Kelurahan Tanggung, Blitar City. *Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(2), 76–83. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i2.129>

Melani, S. (2016). Literasi informasi dalam praktek sosial. *IQRA: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 10(02), 67-82.

Syafitri, I. P., & Kesuma, S. (2023). Peran Orang Tua Dalam Berkomunikasi Membentuk Kedisiplinan Anak di Dalam Lingkungan Keluarga. In *Journal of Education Technology and Civic Literacy* (Vol. 3, Issue 2). <http://ojs.uisu.ac.id>

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1
Surat Tugas Dekan Untuk Melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat



SURAT TUGAS
No: 032/DKN-FEB/UEU/III/2023

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. Tantri Yanuar Ramadhan.
NIP/ NIDN : 209010392 / 0310018004
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UEU

Memberi Tugas kepada:

Nama : Erlina Puspitaloka Mahadewi, SE, MM
NIDN : 0318027205
Program Studi : Manajemen

Untuk melakukan kegiatan Mengajar, Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Pemunjang Tri Dharma Perguruan Tinggi pada Semester Genap TA 2022/2023.

Demikianlah surat Tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagai mana mestinya.

Jakarta, 20 Maret 2023

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ESA UNGGUL



Dr. Tantri Yanuar R.S., SE, MSM
Dekan

Lampiran 2 Surat Keterangan Mitra



RUKUN WARGA 019
Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya, Depok

SURAT PERNYATAAN MITRA

Surat Pernyataan Kesiapan Kerjasama
Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Sugandi
Jabatan : Ketua RW 09 Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya, Depok
Alamat : Jalan Kimanja Raya RT.02/19 Lingkungan Bojong,
Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya, Depok 16417

Menyatakan bersedia sebagai Mitra Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan
judul kegiatan :

"Literasi Berkomunikasi dalam Keluarga dan Social Marketing
di Lingkungan Pasyandu Kenanga RW.19 Kelurahan Abadijaya, Depok"

Program : Program Pengabdian Masyarakat
Ketua Tim : Erlina Puspitaloka Mahadewi
Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
Waktu Pelaksanaan : Kamis, 13 Juli 2023

Bersama ini pula kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara pihak tidak terdapat
ikatan kekerabatan dan usaha dalam wujud apapun juga.
Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada
unsur pemaksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 3 Juli 2023
Pengurus Rukun Warga 019


RW. 019
KEL. ABADIJAYA
KEC. SUKMAJAYA
KOTA DEPOK
Sugandi
(Ketua RW 019)

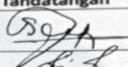
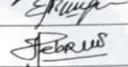
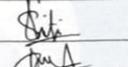
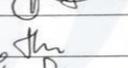
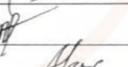
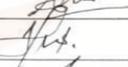
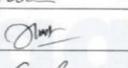
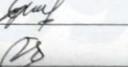
Tembusan :
1. Arsip

Sekretariat :
Jalan Kimanja Raya RT.02/19, Lingkungan Bojong,
Kelurahan Abadijaya, Kecamatan Sukmajaya, Kota Depok

Lampiran 3 Absensi Peserta:

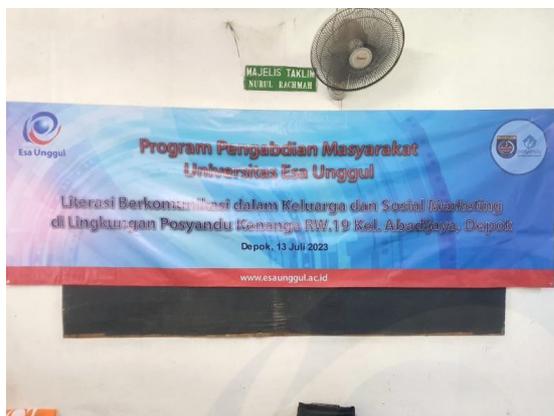
DAFTAR HADIR

Subjek : Literasi Berkomunikasi dalam Keluarga dan Sosial Marketing
Tempat : Posyandu Kenanga RW 19 Kel. Abadijaya, Depok
Hari/Tanggal : Kamis, 13 Juli 2023
Waktu : 09:00 – 12:00 WIB

No	Nama	Bagian	Tandatangan
1	Deede Sumaryani		
2	Ery Kurni		
3	Dewi Febrina		
4	Siti Maryamah		
5	Lana Mariani		
6	Saanah		
7	Lala ulfah		
8	Emah Salamah		
9	Nur mala		
10	Siti Aisyah		
11	SITI HAIRUNNISA		
12	Sugandi		
13	Patni Eri P		
14	suswati		
15	Mulyanah		
16	Intan		

CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 4 Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat:







Lampiran 5 Sertifikat Kegiatan




Universitas
Esa Unggul

SERTIFIKAT
Diberikan kepada
DWI NURMAWATY, SKM, MKM
atas partisipasinya sebagai
PANITIA
Program Pengabdian Masyarakat Universitas Esa Unggul
**Literasi Berkomunikasi dalam Keluarga dan Sosial Marketing
Di Lingkungan Posyandu Kenanga RW.19 Kel. Abadijaya, Depok**
Depok, 13 Juli 2023


Universitas
Esa Unggul
LPPM
Dr. Erry Yudhya Mulyani, S.Gz., M.Sc.
Kepala LPPM




RW. 019
KEL. ABADIJAYA
KEC. BUKMAJAYA
KOTA DEPOK
Sugandi
Ketua RW.19 Kel. Abadijaya
Depok


Universitas
Esa Unggul

SERTIFIKAT
Diberikan kepada
ZAIRIL
atas partisipasinya sebagai
PANITIA
Program Pengabdian Masyarakat Universitas Esa Unggul
**Literasi Berkomunikasi dalam Keluarga dan Sosial Marketing
Di Lingkungan Posyandu Kenanga RW.19 Kel. Abadijaya, Depok**
Depok, 13 Juli 2023


Universitas
Esa Unggul
LPPM
Dr. Erry Yudhya Mulyani, S.Gz., M.Sc.
Kepala LPPM




RW. 019
KEL. ABADIJAYA
KEC. BUKMAJAYA
KOTA DEPOK
Sugandi
Ketua RW.19 Kel. Abadijaya
Depok

