

PENGUATAN LITERASI MEDIA SISWA SMA MELALUI CRITICAL VIEWING PADA POP CULTURE GLOBAL

Febri Dhany Triwibowo*, Diah Soelistyowati, Pipiet Furisari, Budi Santoso, Ketut Purwantoro

Bahasa Inggris-Bahasa Jepang, Fakultas Hukum dan Studi Global, Universitas Dian Nuswantoro

*Corresponding authro email: febri.dhany@dsn.dinus.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 13 April 2026

Disetujui : 25 Mei 2026

Kata Kunci : budaya populer, era disrupsi, literasi kritis, menonton secara kritis

ABSTRAK

Masuknya produk budaya populer secara masif di kalangan remaja sering kali diterima secara pasif tanpa filter kritis, sehingga menimbulkan kerentanan terhadap bias informasi dan hegemoni budaya global. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat literasi kritis siswa SMA Mardiswa Semarang melalui metode critical viewing. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahap, yaitu perencanaan, identifikasi mitra, pelatihan melalui diskusi dialogis dan studi kasus, serta pelaporan. Peserta kegiatan terdiri atas 32 siswa kelas XII. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif dan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya transformasi signifikan pada pola pikir siswa, dari konsumen pasif menjadi penonton yang kritis. Siswa berhasil meningkatkan kemampuan metodologis dalam mendekonstruksi pesan visual, mengidentifikasi agenda di balik konten media, serta meminimalkan dampak psikologis seperti fenomena Fear of Missing Out (FOMO). Penggunaan teks budaya populer sebagai instrumen pembelajaran terbukti efektif dalam membangun kedaulatan berpikir dan ketahanan mental siswa di era disrupsi informasi.

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel :

Received : 13 April 2026

Accepted : 25 May 2026

Key words: critical literacy, critical viewing, pop culture, disruption era

ABSTRACT

The massive influx of popular culture products among teenagers is often accepted passively without critical filters, resulting in vulnerability to information bias and global cultural hegemony. This community service activity aims to strengthen the critical literacy of students at SMA Mardiswa Semarang through the critical viewing method. The implementation followed four stages: planning, partner identification, training through dialogic discussions and case studies, and reporting. The participants consisted of 32 twelfth-grade students. Data were collected through participatory observation and analyzed using a descriptive qualitative approach. The results demonstrated a significant transformation in the students' mindset, evolving from passive consumers into critical viewers. Students successfully improved their methodological skills in deconstructing visual messages, identifying agendas behind media content, and mitigating psychological impacts such as the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon. The use of popular culture texts as a learning instrument is effective in building students' sovereignty of thought and mental resilience in the era of information disruption.

1. PENDAHULUAN

Siswa SMA merupakan kelompok remaja dalam masa transisi krusial yang terpapar secara masif oleh arus informasi dan budaya populer (*Pop Culture*) global setiap waktu. Sebagai generasi *digital native*, siswa memiliki aksesibilitas tinggi terhadap berbagai platform media sosial, film, musik, dan tren global lainnya. Namun, kemampuan mereka dalam memproses informasi tersebut belum optimal karena rendahnya kesadaran akan pentingnya filter kognitif terhadap konten visual yang dikonsumsi secara rutin (Nasrullah, 2015).

Di era digital yang penuh dengan disrupsi informasi, kemampuan literasi media sangat dibutuhkan agar siswa tidak hanya menjadi konsumen pasif (Hobbs, 2011). Banyak remaja masih rentan dan kesulitan membedakan antara informasi yang objektif dengan konten yang mengandung bias, stereotip, atau kepentingan komersial industri global. Kondisi ini tercermin dari tingginya penyebaran hoaks di kalangan pengguna media sosial muda di Indonesia (Raharjo & Winarko, 2021). Potter (2004) menyatakan bahwa semakin tinggi literasi media seseorang, semakin banyak makna yang dapat digali dari konten yang diterimanya. Sebaliknya, literasi media yang rendah membuat individu semakin sedikit memperoleh makna dari pesan yang mereka terima.

Permasalahan utama yang ditemukan di SMA Mardiswa Semarang adalah kecenderungan siswa menerima produk budaya populer sebagai hiburan semata tanpa menyadari adanya konstruksi realitas, bias informasi, stereotip, maupun pesan ideologis di baliknya. Fenomena seperti Fear of Missing Out (FOMO), tekanan sosial akibat standar kecantikan semu, hingga konsumsi konten gacha yang pasif menjadi indikasi kerentanan siswa terhadap hegemoni budaya global. Kondisi ini diperparah dengan minimnya program pendampingan spesifik mengenai literasi media dan metode dekonstruksi pesan visual dalam kurikulum reguler sekolah.

2. KAJIAN TEORI

2.1 Literasi Media dan Berpikir Kritis

Literasi media adalah kemampuan individu untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi,

dan memproduksi pesan dalam berbagai bentuk media (Mihailidis & Thevenin, 2013). Dalam konteks era disrupsi informasi, literasi media bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan sebuah alat untuk memahami relasi kuasa dalam masyarakat (Silverblatt, 2018). Literasi yang tinggi memungkinkan seseorang menggali lebih banyak makna dari konten yang diterima, sementara literasi yang rendah membuat individu rentan terhadap manipulasi komersial industri global (Potter, 2004; Vasques et al., 2019). Tinjauan sistematis terhadap penelitian literasi media di Indonesia menunjukkan bahwa definisi dan metode pengukuran literasi digital masih sangat beragam, yang mengindikasikan perlunya intervensi edukatif yang lebih terstruktur (Limilia & Aristi, 2019).

Berpikir kritis dan literasi media memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam membantu individu memproses pesan media secara objektif. Buckingham (2013) menegaskan bahwa pendidikan media perlu mengintegrasikan kemampuan analisis kritis agar siswa tidak hanya memahami konten media, tetapi juga mampu mempertanyakan ideologi dan struktur kepentingan di baliknya. Analisis kritis terhadap hubungan antara budaya populer dan kekuasaan menunjukkan bahwa pengajaran literasi media sangat penting untuk membantu siswa mengenali mekanisme yang bekerja di balik industri media global (Kellner & Share, 2005).

2.2 Critical Viewing sebagai Metode Pembelajaran

Critical viewing adalah teknik analitis yang melatih individu untuk mendekonstruksi konten visual melalui tiga pertanyaan utama: apa yang ditampilkan, siapa yang memproduksinya, dan mengapa pesan tersebut dikonstruksi dengan cara tertentu (Janks, 2019). Metode ini merupakan respons metodologis terhadap fenomena intermedialitas, di mana pesan disebarkan secara simultan melalui berbagai kanal visual dan digital. Dengan menerapkan *critical viewing*, siswa dilatih untuk mempertanyakan sumber informasi, tujuan pesan, serta mengidentifikasi nilai atau ideologi tersembunyi di balik produk budaya populer global (Tisdell, 2008).

Integrasi teks budaya populer ke dalam konteks pendidikan terbukti memiliki efek signifikan terhadap peningkatan keterampilan berpikir kritis siswa. Penggunaan *popular culture* sebagai instrumen pembelajaran memungkinkan siswa mengembangkan kemampuan analisis yang lebih tajam terhadap konten yang mereka konsumsi secara rutin. Hal ini sejalan dengan pandangan (Janks, 2020) bahwa pendidikan literasi kritis melalui media populer menjadi fondasi bagi siswa untuk menjadi konsumen yang reflektif dan tidak mudah termanipulasi oleh kepentingan komersial maupun ideologis. Penerapan literasi media di tingkat SMA di Indonesia juga terbukti meningkatkan kemampuan siswa dalam bersikap kritis terhadap konten media sosial (Tijan et al., 2022).

2.3 Pop Culture sebagai Objek Analisis Kritis

Budaya populer global mencakup berbagai produk hiburan seperti film, musik, media sosial, dan tren daring yang dikonsumsi secara masif oleh generasi muda. Produk-produk ini tidak netral secara ideologis (Istiqomah, 2020). Di balik hiburan yang ditawarkan, terdapat konstruksi realitas, agenda komersial, dan nilai-nilai yang secara tidak sadar diserap oleh konsumen pasif. Fenomena *gacha*, standar kecantikan di media sosial, dan tekanan akibat FOMO adalah contoh konkret bagaimana *pop culture* membentuk persepsi dan perilaku remaja (Husna, 2023; Przybylski et al., 2013). Media sosial sendiri berperan sebagai ekosistem utama penyebaran budaya populer sekaligus ruang di mana hegemoni budaya global beroperasi (Nasrullah, 2015). Oleh karena itu, *pop culture* menjadi objek yang sangat relevan dalam pelatihan literasi kritis di kalangan siswa SMA.

3. METODE

Pengabdian ini dirancang sebagai penelitian tindakan dalam pengabdian masyarakat yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui empat tahapan sistematis: (1) perancangan yang meliputi identifikasi masalah pola konsumsi media; (2) penentuan mitra dan perumusan solusi; (3) pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan praktik

langsung melalui bedah kasus; serta (4) pelaporan dan publikasi hasil pengabdian.

Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah siswa-siswi kelas 12 SMA Mardisiswa, Semarang. Pemilihan kelompok ini didasarkan pada urgensi kebutuhan mereka sebagai siswa tingkat akhir yang akan segera memasuki lingkungan akademik perguruan tinggi, sehingga memerlukan kompetensi nalar kritis yang kokoh terhadap fenomena budaya global (Tijan et al., 2022). Berdasarkan data kehadiran, terdapat 32 siswa yang berpartisipasi aktif dalam rangkaian kegiatan ini.

Data dikumpulkan melalui dua instrumen. Pertama, kuesioner *pre-post* intervensi yang terdiri dari tiga pernyataan utama mengenai kesadaran terhadap bias media, kemampuan mengidentifikasi tujuan pesan, dan ketahanan terhadap tekanan sosial media, dinilai pada skala 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Kuesioner diisi siswa sebelum dan sesudah sesi pelatihan.

Tabel 1. Kuesioner Pre-Post

No	Pernyataan
1.	Saya menyadari bahwa tidak semua konten yang viral di media sosial bersifat netral atau objektif.
2.	Saya sadar bahwa standar kecantikan yang ditampilkan di media sosial seringkali merupakan konstruksi buatan, kepentingan komersial atau promosi tertentu
3.	Saya mampu membedakan antara informasi yang faktual dan konten yang dirancang untuk mempengaruhi perilaku saya.
4.	Saya terbiasa mempertanyakan tujuan di balik konten yang saya konsumsi sebelum mempercayainya.
5.	Saya mampu mengidentifikasi nilai atau ideologi yang dipromosikan melalui konten <i>gacha</i> , filter kecantikan, atau tren viral lainnya.
6.	Saya dapat menjelaskan perbedaan antara pesan yang tampak di permukaan dan agenda tersembunyi di balik sebuah konten.
7.	Saya mampu membedakan antara kebutuhan nyata dan keinginan yang dipicu oleh tren media sosial.
8.	Saya tidak mudah terpengaruh untuk membeli atau mencoba sesuatu hanya karena sedang viral di media sosial.
9.	Saya merasa percaya diri untuk tidak mengikuti tren tertentu tanpa merasa dikucilkan atau rendah diri.

Kedua, observasi partisipatif terstruktur yang dilakukan dosen selama kegiatan berlangsung untuk mencatat perubahan perilaku

dan respons siswa pada empat aspek: respons terhadap konten viral, sikap terhadap standar kecantikan media, pemahaman terhadap FOMO, dan pola konsumsi konten *gacha*. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan skor pra dan pasca intervensi serta menginterpretasikan temuan observasi secara kualitatif.

Tabel 2. Instrumen Observasi

No	Rubrik per Aspek
1.	Respons pada konten viral
2.	Kemampuan menjelaskan siapa pembuat dan apa tujuannya
3.	Sikap saat melihat konten filter kecantikan atau standar tubuh ideal
4.	Kemampuan bagaimana standar kecantikan dibuat dan dikelola
5.	Respons perasaan saat tidak mengikuti tren
6.	Kemampuan memilah tren yang relevan dan tidak relevan dengan diri sendiri
7.	Kesadaran akan mekanisme monetisasi tren <i>gacha</i>
8.	Kesadaran pada konsumsi atau partisipasi tren <i>gacha</i>

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di ruang kelas SMA Mardasiswa Semarang. Pelatihan dibuka dengan sesi *brainstorming* mengenai tren *pop culture* yang sedang viral di kalangan siswa, seperti konten *gacha*, filter kecantikan di media sosial, dan fenomena FOMO. Selanjutnya, tim memaparkan konsep *critical viewing* dengan bantuan media PowerPoint dan cuplikan video.

Sesi inti berupa bedah kasus interaktif, di mana siswa secara berkelompok menganalisis konten viral menggunakan tiga pertanyaan kunci: (1) Siapa yang membuat konten ini? (2) Apa tujuan di balik konten ini? (3) Nilai atau ideologi apa yang dipromosikan? Diskusi ditutup dengan refleksi personal mengenai pengalaman siswa terkait tekanan sosial akibat media.

Gambar 1. Sesi Brainstorming



Gambar 1. Tim pengabdian sharing tren *pop culture* yang dikonsumsi sehari-hari.



Gambar 2. Tim pengabdian memaparkan konsep dekonstruksi visual.

4.2 Hasil Pre-Post Intervensi

Perbandingan hasil kuesioner sebelum dan sesudah intervensi menunjukkan peningkatan pada ketiga indikator yg dibuat, seperti pada Tabel 1.

Tabel 3. Perbandingan Skor Pre-Post Intervensi (n=32)

Indikator	Skor pre (median)	Skor post (median)
Kesadaran pada bias media	3,4	4,1
Kemampuan mengidentifikasi pesan	3,1	3,9
Ketahanan terhadap tekanan sosial media	3,1	3,8

Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator kemampuan mengidentifikasi tujuan pesan 25,8%, diikuti kesadaran terhadap bias media 20,5%, dan ketahanan terhadap tekanan sosial media 22,5%. Indikator kesadaran terhadap bias sosial media mencatat peningkatan paling moderat, yang mengindikasikan bahwa perubahan sikap pada aspek ini memerlukan pendampingan yang lebih berkelanjutan meski hasil pre menunjukkan bahwa siswa sudah memiliki tingkat kesadaran paling tinggi diantara indikator lain.

4.3 Hasil Observasi

Berdasarkan observasi selama kegiatan berlangsung, tim pengabdian mencatat

perubahan perilaku siswa pada empat aspek, seperti pada Tabel 2.

Tabel 4. Hasil Observasi Perilaku Siswa

Aspek	Kondisi Awal	Kondisi Akhir
Respon pada konten viral	Menerima sebagai hiburan netral.	Mempertanyakan sumber, tujuan, dan agenda di balik konten.
Standar kecantikan media sosial	Membandingkan diri dengan apa yang dilihat.	Mengenal konstruksi komersial di balik standar kecantikan yang dipromosikan.
Perspektif pada fenomena viral	Merasa harus mengikuti tren.	Menyadari tren dan kebutuhan yang nyata.
Pola konsumsi produk/konten <i>gacha</i>	Pasif dan tidak mempertanyakan mekanisme monetisasi.	Lebih selektif dan reflektif terhadap pengeluaran.

4.4 Pembahasan

Hasil intervensi mengonfirmasi teori Potter (2004) bahwa literasi media yang lebih tinggi memungkinkan penggalian makna yang lebih dalam dari konten yang dikonsumsi. Siswa yang sebelumnya merupakan konsumen pasif berhasil menunjukkan kemampuan mendekonstruksi pesan visual dengan mengidentifikasi sumber, tujuan, dan agenda tersembunyi.

Temuan mengenai kerentanan siswa terhadap manipulasi komersial sejalan dengan pandangan Buckingham (2013) bahwa tanpa intervensi edukatif, individu akan terjebak dalam arus konsumerisme akibat hegemoni budaya populer yang tidak terfilter. Penggunaan contoh budaya populer seperti *gacha* sebagai objek bedah kasus membuktikan bahwa integrasi teks populer ke dalam pendidikan secara efektif meningkatkan keterampilan berpikir kritis (Silverblatt, 2018; Tisdell, 2008).

Peningkatan tertinggi pada aspek kemampuan mengidentifikasi tujuan pesan 25,8% menunjukkan bahwa metode *critical viewing* dengan pendekatan tiga pertanyaan kunci efektif dalam membangun kerangka analitis siswa. Sementara itu, aspek kesadaran pada bias media menunjukkan peningkatan yang lebih moderat 20,5%, mengindikasikan

bahwa perubahan sikap memerlukan pendampingan berkelanjutan, sejalan dengan pandangan Przybylski et al (2013) bahwa ketahanan terhadap FOMO berkaitan erat dengan kebutuhan psikologis yang tidak terpenuhi secara lebih mendalam.

Hasil ini memodifikasi pandangan tradisional mengenai literasi yang seringkali hanya berfokus pada kemampuan baca-tulis, menjadi kemampuan "membaca" ideologi di balik visualitas budaya populer sebagai prasyarat kedaulatan berpikir. Temuan ini memperkuat posisi Janks (2020) dan Kellner and Share (2005) bahwa literasi kritis berfungsi sebagai instrumen pertahanan siswa di era disrupsi informasi.

5. PENUTUP

5.1. Simpulan

Pengabdian masyarakat di SMA Mardasiswa berhasil mentransformasi pola pikir siswa kelas 12 dari konsumen pasif menjadi penonton yang kritis melalui penerapan metode *critical viewing* terhadap fenomena *pop culture* global. Hasil kuesioner *pre-post* menunjukkan peningkatan pada ketiga indikator: kesadaran terhadap bias media 20,5%, kemampuan mengidentifikasi tujuan pesan 25,8%, dan ketahanan terhadap tekanan sosial media 22,5%. Hasil observasi mengonfirmasi perubahan perilaku yang selaras pada keempat aspek yang diamati. Integrasi teks budaya populer seperti fenomena *gacha* ke dalam konteks pendidikan siswa Gen Z terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan berpikir kritis dan kecakapan literasi media.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar pihak SMA Mardasiswa mengintegrasikan aspek literasi media dan metode dekonstruksi pesan visual ke dalam kurikulum reguler atau kegiatan ekstrakurikuler guna menjaga keberlanjutan nalar kritis siswa (Tijan et al., 2022). Pendampingan serupa dari perguruan tinggi perlu dilakukan secara periodik untuk membekali siswa dengan filter intelektual yang relevan terhadap dinamika tren *pop culture* global yang terus berubah. Penelitian lanjutan

disarankan menyertakan kelompok kontrol untuk memperkuat validitas kausal temuan (Limilia & Aristi, 2019).

6. DAFTAR PUSTAKA

- Silverblatt, A. (2018). Media literacy and critical thinking. *International Journal of Media and Information Literacy*, 3(2), 66–71.
- Buckingham, D. (2013). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. John Wiley & Sons.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Corwin Press.
- Husna, S. (2023). Peran fear of missing out (FOMO) dan penggunaan media sosial terhadap artikulasi identitas keislaman pada kalangan milenial muslim yang mengikuti tren hijrah di Instagram. *Jurnal Psikologi Sosial*, 21(1), 1–11.
- Istiqomah, A. (2020). *Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban*. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 2 (1), 47–54.
- Janks, H. (2019). Critical Literacy and the Importance of Reading With and Against a Text. *Journal of Adolescent and Adult Literacy*, 62(5), 561–564.
<https://doi.org/10.1002/jaal.941>
- Janks, H. (2020). Critical literacy in action. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 63(5), 569–572.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369–386.
- Limilia, P., & Aristi, N. (2019). Literasi media dan digital di indonesia: Sebuah tinjauan sistematis. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 8(2), 205–222.
- Mihailidis, P., & Thevenin, B. (2013). Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy. *American Behavioral Scientist*, 57(11), 1611–1622.
- Nasrullah, R. (2015). Teori media sosial (perspektif komunikasi, kultur, dan sosio teknologi). *Simbiosis Rekatama Media*.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Sage Publications.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Raharjo, N. P., & Winarko, B. (2021). Analisis tingkat literasi digital generasi milenial Kota Surabaya dalam menanggulangi penyebaran hoaks. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(1), 33–43.
- Tijan, T., Abdillah, Y. A., Rachman, M., & Saputro, I. H. (2022). MEDIA Literacy of High School Students in Critical and Safe Social MEDIA. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 3(3), 324–328.
- Tisdell, E. J. (2008). Critical media literacy and transformative learning: Drawing on pop culture and entertainment media in teaching for diversity in adult higher education. *Journal of Transformative Education*, 6(1), 48–67.
- Vasques, V. M., Janks, H., & Comber, B. (2019). Critical literacy as a way of being and doing. *Language Arts*, 96(5), 300–311.