

PERANCANGAN KONTEN EDISI KHUSUS REKOMENDASI APLIKASI RAMAH ANAK PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BELIHAPE.ID

Khikmah Susanti^{1*}, Yayah Rukiah², Rizki Saga Putra³

Universitas Indraprasta PGRI^{1,2,3}

soezhan99@gmail.com^{1*}, rukiah.yayah13@gmail.com², putra.rizkisaga@gmail.com³

Kata Kunci: Aplikasi Ramah Anak, Konten, Feed Instagram, Ilustrasi.

Abstrak: Tidak dapat dipungkiri, anak-anak merupakan kelompok umur yang paling mudah untuk terpapar berbagai dampak teknologi, khususnya dalam perilaku penggunaan ponsel. Beragam aplikasi mulai dari permainan daring hingga media sosial dapat dengan mudah diakses anak-anak sehingga muncul banyak fenomena baik positif maupun negatif. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi serta rekomendasi terkait dengan aplikasi ramah anak melalui media sosial dengan menggandeng mitra Belihape.id yang berfokus pada konten edukasi seputaran teknologi gawai terbaru serta beragam rekomendasi bagi masyarakat yang membutuhkan informasi terkait ponsel pintar. Luasnya cakupan *followers* dari mitra serta waktu unggah konten edisi khusus yang bertepatan dengan hari anak nasional menjadi nilai utama dalam perancangan *feed* Instagram terkait rekomendasi aplikasi ramah anak dengan mengedepankan aspek visual berupa set desain yang terdiri dari tiga buah ilustrasi sebagai ciri edisi khususnya.

Keyword: *kid friendly apps, content, instagram feed, illustrations.*

Abstract: *It is undeniable, children are the easiest group to be exposed to various impacts of technology, especially in the cellphone usage behavior. Various applications varied from online games to social media can be easily accessed by children, causing in many positive and negative phenomena. The purpose of this community service is to provide education and recommendations related to child-friendly applications through social media in collaboration with Belihape.id partners who focus on educational content from the latest gawai technology to various recommendations for people who need information regarding smartphones comparison. The large variety of partners' follower coverage and the upload timing for the special edition content which coincides with National Children's Day are the main values in designing Instagram feeds regarding recommendations for child-friendly applications by prioritizing the visual aspect in the form of a design set consisting of three illustrations as a feature of the special edition.*

Diserahkan: 14-12-2023

Direvisi: 17-12-2023

Diterima: 31-12-2023



PENDAHULUAN

Penggunaan gawai dalam keseharian manusia saat ini bukanlah menjadi sebuah hal yang asing lagi. Segala aspek kehidupan saat ini tidak akan bisa lepas dari penggunaan gawai baik itu berupa computer, laptop, ponsel pintar, bahkan *wearable device* dengan teknologi mutakhir.

Penggunaan gawai saat ini tidak hanya sekedar untuk bekerja, mencari informasi atau data yang dibutuhkan, hingga alat utama komunikasi jarak jauh. Gawai saat ini juga dilengkapi dengan fitur-fitur pelengkap sebagai unsur hiburan seperti menonton film, melihat konten memasak, hingga menjadikan kegiatan keseharian para selebritas sebagai menu tontonan utama selain televisi.

Dewasa ini gawai tidak hanya menjadi barang yang dibutuhkan bagi para remaja dan orang tua, bahkan seringkali kita melihat bahwa anak yang berusia dibawah lima tahun pun sudah bisa mengoperasikan gawai khususnya ponsel pintar. Namun, sangat disayangkan sekali apabila masa-masa *golden age* balita sudah dipengaruhi oleh gawai yang sedikit banyaknya membawa pengaruh kepada anak perihal bersosialisasi. Bahkan fenomena yang banyak terjadi saat ini banyak balita yang menggunakan gawai melebihi waktu batas normal, pada umumnya anak menggunakan gawai untuk bermain game, menggunakan aplikasi edukasi, atau menonton video.

Berdasarkan data badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2023, sekitar 33,44 persen dari populasi anak usia dini menggunakan gawai nirkabel. Sebanyak 25,5 persen dari anak-anak usia 0-4 tahun atau balita, dan 52,76 persen dari populasi anak berusia 5-6 tahun. Adapun yang sudah bisa mengakses internet 24,956 persen dan lebih banyak diusia 5-6 tahun (Napitupulu, 2023).

Adapun berdasarkan data Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) sekitar 98 persen anak berusia 6-12 tahun sudah menggunakan gawai. Rata-rata anak menghabiskan waktu 6 jam 45 menit per hari menggunakan gawai untuk menonton video, main *game*, menggunakan sosial media, dan memakai aplikasi *game* (Napitupulu, 2023).

Dari beberapa data tersebut dapat kita lihat bahwa fenomena yang terjadi anak-anak sudah mulai kecanduan gawai, dan situasi tersebut sudah berada di titik mengawatirkan, bahkan dalam beberapa kasus, anak-anak sudah menjadi korban yang termasuk dalam kategori tindak pidana akibat dari konten-konten yang dilihat.

“Anak kecanduan gawai menjadi tantangan serius. Hanya saja, tidak semua orangtua mengetahui bahwa anaknya terindikasi kecanduan gawai” ujar Ketua Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) Susanto (kominfo.go.id).

Dari fenomena yang berkembang tentu saja harus ada control. Dari orang tua. Dalam memberikan penggunaan gawai pada anak. Rekomendasi waktu di layar atau yang biasa disebut *screen time* tidak disarankan alias nol jam untuk anak-anak berusia 0-2 tahun. Anak berusia 2-5 tahun sekitar 1 jam perhari, sedangkan yang lebih besar dibawah 2 jam per hari. dari data tersebut orangtua perlu membantu anak untuk memahami aturan pemanfaatan gawai dengan bijak dan mendorong anak untuk menggunakan gawai sesuai kebutuhan. Agar perilaku anak dapat dipantau agar tidak mencelakakan diri anak (Napitupulu, 2023) kompas.id

Pentingnya pengawasan orangtua terhadap penggunaan gawai pada anak sudah harus dilakukan sejak dini, agar anak memiliki tanggung jawab atas apa yang dilakukan pada gawainya.



Menurut Fransiska CEO dan Co-Founder Clevio “Mengatasi ketergantungan anak pada gawai bisa saja dengan mengunduh program pengawasan di gawai anak. Tapi yang penting adalah menekankan pada diri anak agar bisa meregulasi diri sendiri. Jadi, anak tidak sekedar tahu, tetapi memahami alasannya sehingga berpikir kritis dalam penggunaan gawai” (Napitupulu, 2023).

Berangkat dari permasalahan perihal gawai yang sudah memasuki dunia anak yang cukup mengawatirkan, dalam menyambut hari anak belihape.id ingin turut mengkampanyekan sebuah konten tentang anak, agar tidak kecanduan gawai, dan menggunakan gawai sebagai produk yang bisa memberikan dampak positif. Belihape.id yang berdiri sejak 18 Januari 2018, merupakan sebuah perusahaan media yang menyediakan informasi-informasi seputar gawai dan informasi yang seputar dunia teknologi yang sedang berkembang. Serta menyajikan informasi seputar perkembangan teknologi, serta panduan memilih gawai sesuai dengan kebutuhan dan kondisi perekonomian masyarakat. Belihape menyajikan berita-berita ter-*update* dan terdepan yang memastikan akan menjadi sebuah konten yang menarik untuk disajikan.

Dalam memberikan informasi, belihape.id memanfaatkan gambar desain grafis dan visual video, kemudian diunggah ke beberapa media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube dan TikTok. Tak hanya media sosial belihape.id juga memiliki website tersendiri yang menyajikan banyak informasi-informasi terkini, semua informasi teranyar seputar perkembangan gawai dan teknologi dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat, sehingga masyarakat akan selalu mendapatkan berita-berita segar yang dapat menambah pengetahuan.

Menurut Hidayat dalam Wibisono, website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan tau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman web dengan web yang lain yang dijadikan media penghubung disebut hipertexts (Wibisono, 2015: 65).

Website belihape.id berisikan informasi-informasi berupa teks pada konten hasil tinjauan gawai yang terbaru yang diluncurkan oleh beberapa *Brand* terkemuka, agar hasil tinjauan yang diberikan dapat mencerahkan masyarakat tentang gawai yang terbaru dari sisi desain, spek sampai kegunaan dalam beberapa fitur. Selain itu terdapat pula informasi dalam bentuk gambar yang bergerak, merupakan hasil liputan para reporter yang memberikan laporan langsung saat liputan di lapangan, dengan memberikan beberapa informasi yang didapat saat di lokasi.

Sehingga dapat disimpulkan website belihape.id memang memberikan informasi ter-*update* yang disajikan untuk para pengikutnya baik di media sosial ataupun di website. Website memiliki beberapa fungsi, salah satunya penyedia informasi, website dirancang untuk berpusat pada informasi berguna sebagai penyampai informasi yang spesifik dan bermanfaat kepada pengguna atau audiens tertentu sehingga pembaca dapat mempelajari sesuatu yang baru atau memahami topik dengan lebih baik. website dirancang dengan lebih banyak informasi yang dapat ditindaklanjuti dan mungkin berisi ‘cara, ‘tips dan trik’, ‘cara memperbaiki’, serta panduan, informasi dukungan, petunjuk arah, petunjuk, dan lain sebagainya (Andre Kurniawan, 2021).



Tak hanya informasi ter-*update* website belihape.id juga memberikan seputar panduan dalam memilih gawai yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta memberi panduan jika ada yang membutuhkan informasi perihal service kerusakan, ganti LCD atau informasi dukungan terhadap penggunaan gawai.

Oleh karena itu informasi seputar anak dalam penggunaan gawai dirasa perlu untuk dibagikan, mengingat para pengikut media sosial belihape.id beragam, dan sebagai bentuk dukungan belihape.id agar para orangtua dapat menerapkan kepada anaknya, agar dapat menggunakan gawai dengan baik dan bijak, juga sesuai kebutuhan.

Lantas, langkah yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat adalah melakukan survey dan mengadakan pertemuan dengan mitra, Founder belihape.id yang meminta Tim Pengabdian Masyarakat untuk membuat konten yang berkaitan dengan rekomendasi aplikasi ramah anak melalui konten Instagram *feed* Belihape.id

Hasil dari pertemuan tersebut, para Tim Pengabdian Masyarakat akan membuat desain dalam bentuk infografis statis, dengan isi konten informasi berupa beberapa aplikasi ramah anak yang bisa mendukung anak untuk menggunakan gawai dengan baik. Konten infografis tersebut akan diunggah di *feed* Instagram belihape.id, agar para khalayak luas bisa mendapatkan informasi yang bermanfaat, dan bisa diterapkan kepada anak. Diharapkan informasi tersebut dapat memberikan dampak positif bagi orangtua, dan para generasi remaja.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didasari dari permintaan mitra akan kebutuhan infografis statis untuk konten *feed* Instagram, karena permintaan ini maka tim memulai dengan merencanakan konten yang sesuai untuk memenuhi permintaan mitra. Perancangan infografis ini dimulai dengan menentukan konsep, mencari konten atau materi yang sesuai, perancangan sampai dengan *publish* ke *feed Instagram*.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan agar pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar, maka dibutuhkan beberapa sumber daya manusia yang handal dan menguasai di bidangnya. Kualifikasi dari tim pengabdian kepada masyarakat untuk pelatihan ini antara lain Khikmah Susanti keilmuan Komunikasi sebagai ketua dari tim pengabdian, Yayah Rukiah keilmuan desain dan Rizki Saga Putra keilmuan komunikasi sebagai anggota dari tim pengabdian, ditambah satu orang mahasiswa yaitu Athallah Aqil Sukendar. Relevansi keilmuan bersifat linier yaitu mempunyai latar belakang pendidikan desain komunikasi visual. Dengan kata lain, sinergi kerja tidak sama-sama mengandalkan satu kemampuan kerja, melainkan pembagian kerjanya berdasarkan kemampuan khusus yang dimiliki oleh masing-masing anggota tim.

Ketua dan anggota tim memiliki peranan dan tugas masing-masing. Pada pengabdian ini yang mewakili tim untuk berhubungan dengan mitra adalah Khikmah Susanti. Khikmah sebagai penghubung antara mitra dan tim bertugas untuk diskusi dengan mitra apa yang dibutuhkan dan teknis dari kegiatan ini. Ketua beserta semua anggota membuat konsep, materi yang digunakan sampai tahap perancangan.

Metode pelaksanaan dalam kegiatan abdimas ini dibagi menjadi empat tahapan, yaitu, tahap pertama ketua tim menindaklanjuti surat permohonan yang dikirim oleh mitra. Pada tahap ini ketua tim berkomunikasi dengan pemilik Belihape.id yaitu Bapak Priyo, apa yang dibutuhkan oleh Belihape.id untuk konten di *feed* instagramnya.

Tahap kedua, setelah mitra memberitahu apa yang dibutuhkan untuk *feed* instagramnya maka tim mengumpulkan materi yang dibutuhkan. Pada tahap ini yang



bertugas mengumpulkan materi yaitu Pak Rizki Saga dan Ibu Yayah Rukiah. Pengumpulan materi mulai dari menggunakan ilustrasi yang cocok, konten, tipografi dan warna yang digunakan. Setelah semua materi sudah terkumpul, maka masuk tahap ketiga yaitu perancangan.

Pada tahap perancangan, tim dibantu dengan mahasiswa mulai mempersiapkan materi yang akan digunakan dalam proses perancangan feed Instagram. Proses pengumpulan materi dimulai pada bulan Juni, dan perancangan serta proses diskusi dengan mitra pada bulan Juli. Perancangan pertama yaitu desain aplikasi ramah anak, disini tim mencari dan bertanya kepada anak-anak aplikasi yang biasa mereka gunakan dan hasilnya adalah rekomendasi lima buah aplikasi ramah anak. Ke lima aplikasi dan isi konten sudah melalui diskusi dengan mitra juga terkait desain penggunaan ilustrasi, warna dan tipografi. Seluruh desain yang dibuat sudah sesuai dan dengan atas persetujuan mitra. Untuk *publish* ke dalam *feed Instagram*, kami meminta bantuan mitra untuk *publish* desain yang sudah tim buat dan serahkan.

Setelah perancangan untuk feed Instagram kami serahkan ke mitra untuk di *publish*, masuk tahap evaluasi. Pada tahap ini tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat membahas apa saja yang menjadi kendala, hambatan apa saja yang ditemui dari mencari materi sampai tahap perancangan. Pada tahap ini tim pelaksana mengevaluasi dan merencanakan pembuatan laporan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

HASIL



Gambar 1 Hasil Perancangan

PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi informasi pada akhirnya juga mengubah banyak pandangan terkait cara manusia berkomunikasi serta bagaimana masyarakat memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari kesehariannya. Konsumsi masyarakat terhadap media kini tidak lagi terbatas pada media *mainstream* seperti televisi, radio, dan media cetak. Media baru atau yang sering dikenal dengan sebutan *new media* ini lebih dinamis dari media massa tradisional. Ketika media massa menyampaikan pesan yang sama kepada seluruh anggota khalayaknya dan penerima pesan bersifat pasif, pesan yang disampaikan melalui media baru adalah : (1) *addressable* – pesan-pesan yang disampaikan dapat dibuat sedemikian rupa dan ditujukan kepada penerima pesan yang lebih khusus dan penerima pesan yang berbeda dapat mendapatkan gambaran esensi atau substansi pesan dasar yang sama; (2) *interactive* – penerima pesan dapat berinteraksi dengan pengirim pesan



selama penyebarannya; dan (3) *response measurable* – respon dari penerima pesan menuju pesan promosi dapat diukur lebih tepat dan langsung daripada responnya terhadap pesan yang disampaikan melalui media massa (Schiffman dan Kanuk dalam Sa'diya, 2017: 187).

Sedangkan penggunaan media baru seperti smartphone semakin berkembang pesat. Media baru seperti media sosial menawarkan lebih banyak kebebasan penggunaannya dalam berekspresi dengan istilah *user generated content* di mana pengguna dapat memproduksi informasinya sendiri dan dapat berinteraksi secara langsung dengan pengguna lain (Wyrwoll & Wyrwoll, 2014). Pengguna smartphone di Indonesia sekitar 353,8 juta pengguna aktif pada Januari tahun 2023 atau sekitar 128% dari total populasi di Indonesia (Datareportal, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa satu orang bisa memiliki lebih dari satu unit ponsel. Belum lagi penggunaan media sosial dan aplikasi lain yang tidak hanya diakses oleh remaja atau orang tua, tetapi juga dapat diakses langsung oleh anak-anak.

Media baru berupa media sosial saat ini tersedia berbagai macam platform seperti Instagram, facebook, tiktok, twitter, dan lain sebagainya. Dalam perkembangannya, instagram menjadi salah satu media sosial yang cukup efektif digunakan oleh perusahaan sebagai sarana pemasaran produk. Mengikuti jaringan media sosial terkenal yang lebih dahulu seperti Facebook dan Twitter, Instagram telah bergabung dalam tren dan menyediakan platform pemasaran lain yang menguntungkan bagi pemasar untuk berinteraksi dengan pelanggan mereka (Lim & Yazdanifard, 2014). Instagram memberikan kesempatan kepada seseorang untuk membawa suatu perusahaan ke dalam revolusi seluler baru tanpa kerumitan atau drama (Miles dalam Wayan, 2021: 574).

Instagram sebagai salah satu media sosial populer di Indonesia berada di peringkat kedua dengan pengguna mencapai 86,5%. Berdasarkan sumber datareportal.com (2023), penggunaan instagram di Indonesia menghabiskan waktu sekitar 15 Jam 24 menit dalam sehari. Adapun dengan persebaran demografi pengguna instagram 18-29 tahun memiliki penggunaan terbesar yaitu 83%. Namun 18% dari mereka yang berumur 30-49 tahun dan 6% dari umur 50-64 tahun juga menggunakan instagram. Berdasarkan data tersebut, maka instagram merupakan salah satu media yang potensial untuk digunakan sebagai media promosi (Indika & Jovita, 2017: 26).

Awal masa kanak-kanak berlangsung dari usia 2-6 tahun, oleh para orangtua disebut sebagai usia problematis, menyulitkan, atau bermain, oleh para pendidik disebut usia pra sekolah dan oleh para ahli psikologi sebagai pra kelompok, penjelajah atau usia bertanya (Rahman, 2009: 48). Pada masa ini anak-anak perlu didampingi saat bermain dan belajar, inilah pentingnya keluarga. Posisi keluarga dalam membentuk anak yang baik sangat penting, sehingga Undang-undang Nomor 20 Tahun 2023 tentang Sistem Pendidikan Nasional memasukan Pendidikan keluarga dan lingkungan yang dikemas dalam jalur Pendidikan formal (pasal 27) sebagai bagian tidak terpisahkan dalam sistem Pendidikan Nasional (Undang-undang No. 20 Tahun 2003: 21).

Pada pengabdian kepada masyarakat mitra membutuhkan desain untuk konten feed instagramnya. Kami, tim membuat set desain dengan satu setnya terdiri dari tiga buah desain, yang merupakan konten khusus terkait dengan rekomendasi aplikasi ramah anak.

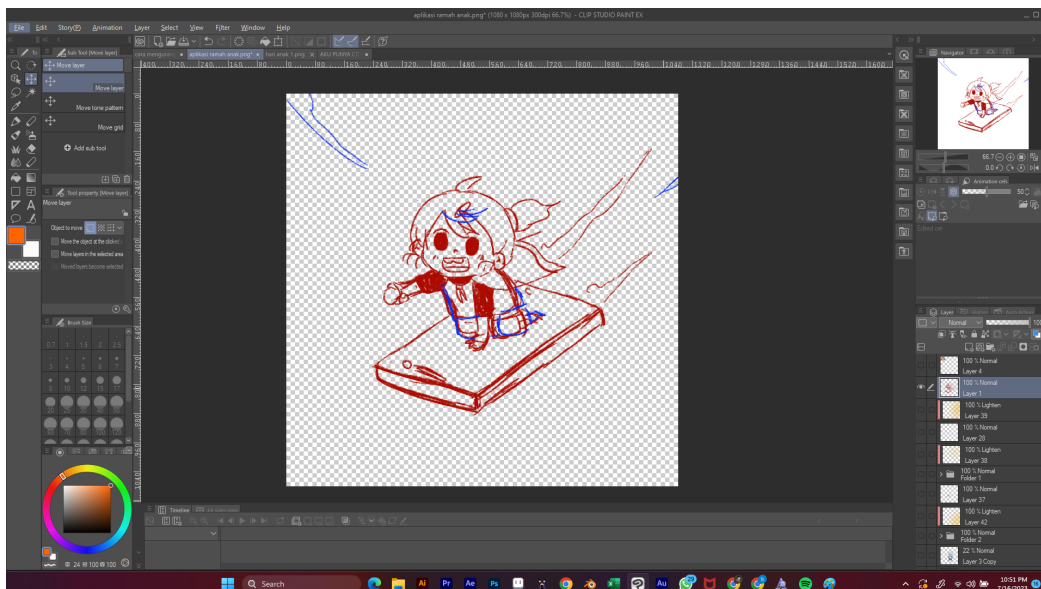


Desain Rekomendasi Aplikasi Ramah Anak

Saat ini banyak orang tua yang memberikan pengasuhan kepada anaknya dengan cara memberi gawai. Gawai membuat anak-anak dapat duduk tenang dan tidak rewel, sehingga gawai dapat menjadi teman bermain bagi anak-anak. Orang tua perlu memahami dan memperhatikan kebutuhan anak dengan cara melakukan kesesuaian program pada gawai dengan usia dan perkembangan anak. Pengetahuan orang tua dalam pengasuhan terhadap tumbuh kembang anak usia dini sangat penting. Orang tua memiliki peran penting dalam menjaga dan membina perkembangan anak dari fase ke fase, yaitu pada awal perkembangan dan pertumbuhan anak atau pada masa golden age (Trisnawati & Sugito dalam Jasmidalis et al., 2023: 2).

Tim merekomendasikan lima buah aplikasi ramah anak yang tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga memiliki sumber informasi untuk anak diantaranya Duolingo, Piano Kids, Youtube Kids, How to Make Origami, serta Kidly. Duolingo dan Kidly kami pilih karena kedua aplikasi ini merupakan aplikasi yang bersifat edukatif di mana anak bisa belajar Bahasa asing seperti Bahasa Inggris. Piano Kids dan How to Make Origami menjadi pilihan rekomendasi kami untuk membantu orang tua dalam mengarahkan minat anak terhadap music dan dapat mengasah motoric anak melalui kreatifitas berkarya. Aplikasi Youtube Kids kami rekomendasikan sebagai alternatif tontonan anak yang dapat dikustomisasi sehingga tayangan yang disajikan lebih ramah anak.

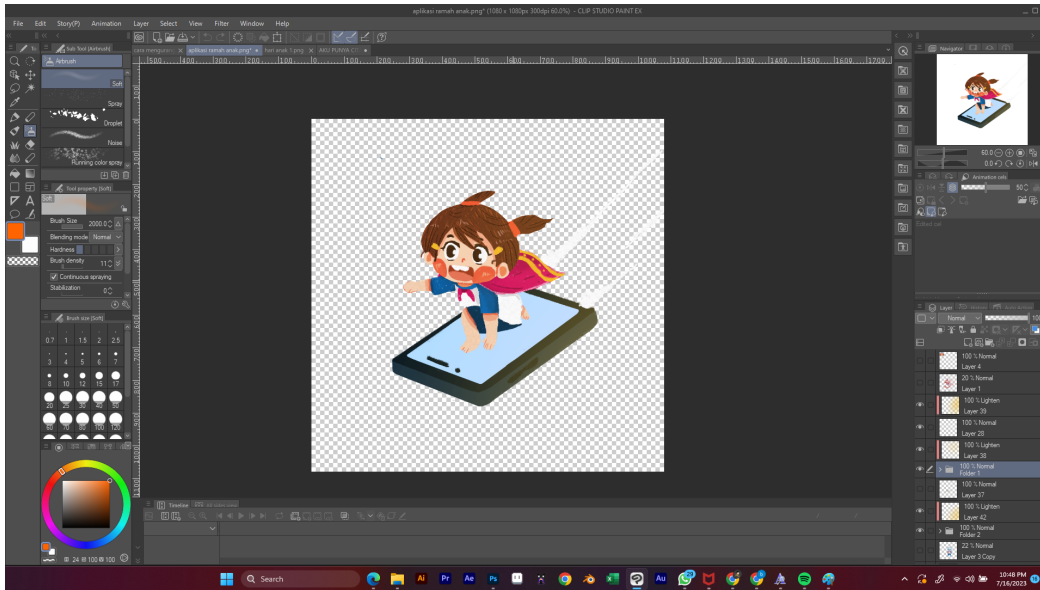
Untuk desain rekomendasi aplikasi ramah anak, tim membuat sketsa untuk karakter yang akan digunakan. Sketsa ini digambarkan seorang anak yang sedang berselancar menggunakan gawai, pada sketsa ini menggambarkan karakter anak perempuan.



Gambar 1 Proses sketsa karakter

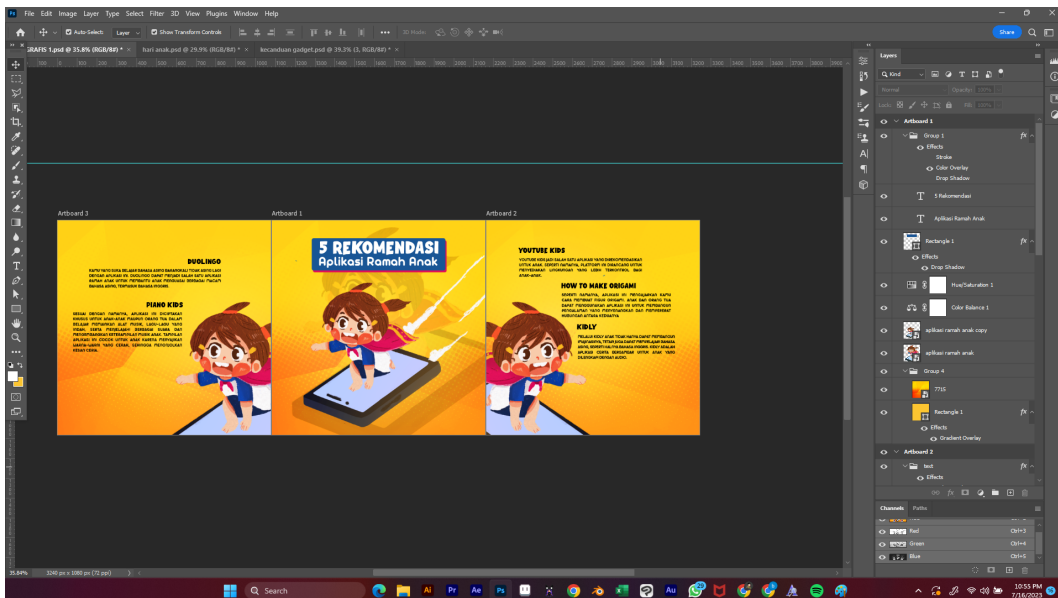
Setelah penggambaran sketsa karakter yang sudah disetujui oleh mitra, maka lanjut proses digitalisasi dengan menggunakan software Adobe Photoshop. Karakter anak perempuan ini, diberi warna layaknya anak usia dini. Pada karakter digambarkan mengenakan jubah yang diberi warna pink, karena warna pink merupakan identitas dari mitra yang terlihat pada logo Belihape.id.





Gambar 2 Proses digital karakter

Perancangan konten edukasi Aplikasi Ramah Anak pada *feed Instagram* untuk mitra Belihape.id. Pada desain ini berisikan 5 aplikasi yang ramah digunakan oleh anak-anak, dan dibuat dalam bentuk set. Dalam 1 set ada 3 desain yang sudah diunggah pada Hari Jumat, 21 Juli 2023. Untuk desain 1, berisikan 2 aplikasi yaitu Duolingo dan Piano Kids. Desain 2, berisikan gambar karakter anak berselancar dan judul “5 Rekomendasi Aplikasi Ramah Anak” sedangkan untuk desain 3, berisikan 3 aplikasi melanjutkan desain 1 yaitu Youtube Kids, How to Make Origami dan Kidly.



Gambar 3 Layout 1 set desain

Hasil *final artwork* nantinya akan diunggah melalui *feed Instagram* Belihape.id dengan set desain sebagai berikut:

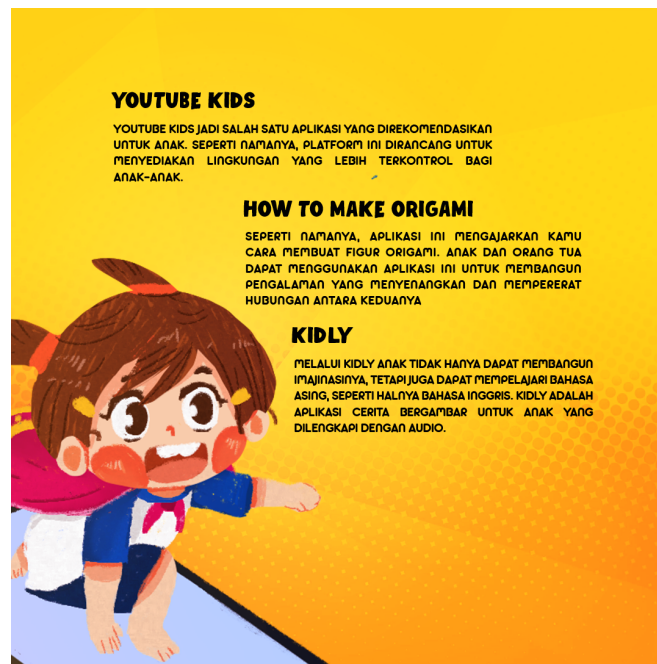




Gambar 4 Final Art Desain 1



Gambar 5 Final Art Desain 2



Gambar 6 Final Art Desain 3

SIMPULAN

Berdasarkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan bahwa anak usia dini merupakan masa *golden age* di mana dibutuhkan pendampingan dan perhatian dari keluarga terutama orang tua. Pengetahuan orang tua dalam pengasuhan terhadap tumbuh kembang anak usia dini sangat penting khususnya dalam pendampingan tumbuh kembang anak yang berkaitan dengan penggunaan teknologi seperti ponsel pintar karena di dalam ponsel pintar itu sendiri ada banyak aplikasi yang dapat diakses dengan mudah oleh anak. Pengetahuan orang tua dirasa tidak akan muncul begitu saja apabila tidak adanya kepedulian khusus pihak terkait untuk memberikan literasi serta rekomendasi praktis yang dapat dilakukan sebagai bentuk awal pencegahan dampak buruk gawai terhadap tumbuh kembang anak. Maka dari itu diharapkan kedepannya semakin banyak kerjasama yang tercipta terkait dengan literasi penggunaan teknologi yang diprakarsai oleh elemen masyarakat, elemen pemerintahan, industri, serta akademisi sehingga masyarakat mampu memanfaatkan teknologi dengan lebih bertanggungjawab.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak, terutama Belihape.id sebagai mitra yang mempercayakan perancangan konten khusus ini kepada tim pengabdian masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada LPPM Unindra dan tim pelaksana. Pendanaan pengabdian masyarakat ini sendiri didanai secara mandiri.

REFERENSI

- Datareportal (2023). Report Digital Indonesia 2023. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli KONsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 25–32.



- <https://doi.org/https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Jasmidalis, D. A. S., Purnamasari, O., & Zulhaini, L. (2023). Edukasi Gadget Ramah Anak Usia Dini bagi Orang Tua. *MURHUM : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.37985/murhum.v4i1.149>
- Kominfo.go.id. (2018). *Kecanduan Gawai Ancam Anak-anak*.
- Kompas.id. (2023). Mencegah Kecanduan Gawai pada Anak. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/06/19/perkuat-regulasi-diri-anak-untuk-hindari-kecanduan-gadget>
- Lim, S. H., & Yazdanifard, R. (2014). *How Instagram Can Be Used as a Tool in Social Network Marketing*.
- Merdeka.com. (2021). Fungsi Website dalam Kegiatan Sehari-hari Pemberi Informasi hingga Media Komunikasi. <https://www.merdeka.com/jabar/fungsi-website-dalam-kegiatan-sehari-hari-pemberi-informasi-hingga-media-komunikasi-klh.html>
- Rahman, U. (2009). Karakteristik Perkembangan Anak Usia Dini. In *LENTERA PENDIDIKAN: Jurnal Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*, (12). <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/lp.2009v12n1a4>
- Sa'diya, L. (2017). Strategi Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Di Era Generasi Z. *Competence : Journal of Management Studies*, 11, 186–195. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kompetensi.v11i2.3530>
- Salim, C. H. (2016). Mewujudkan Indonesia Layak Anak Dalam Perspektif Perlindungan Hak Asasi Manusia (HAM) Anak dan Kesejahteraan Sosial Anak. *HARKAT: Media Komunikasi Islam Tentang Gender Dan Anak*, 12, 18–25. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/psga/article/download/7576/4223>
- Susanti, T., Ulandari, D., Alfikri, A. Z., Sari, L. N. I., & Ahmad, M. (2023). Peran Komunikasi Orang Tua dalam Penanganan Kecanduan Gadget pada Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 4778–4783. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.6234>
- Undang-undang Nomor: 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Media wacana
- Untari, D., & Fajarina, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *WIDYA CIPTA : Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2 (2), 271–278. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387/2658>
- Wayan, U. F. (2021). User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 572–581. <https://doi.org/https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>
- Wibisono, G., & Susanto, W, E. (2015). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Evolusi*, 3(2), 64. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/evolusi/article/view/630/521>
- Wyrwoll, C., & Wyrwoll, C. (2014). *User-generated content* (pp. 11-45). Springer Fachmedien Wiesbaden.

