



Kampanye Anti-Bullying di SMA: Pendekatan melalui Media Sosial

Nining Syafitri^{1*}, Wa Ode Hanafiah¹, Rahmatia², Baharudin¹, Sanaria Maneba¹, Asti Wahyuni B. ¹, Dian Lestari², Baharudin Adu¹, Sardiana³, Esa Penilta Amiruddin¹, Saifullah¹

¹ Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Baubau, Sulawesi Tenggara, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Baubau, Sulawesi Tenggara, Indonesia

³ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Dayanu Ikhsanuddin, Baubau, Sulawesi Tenggara, Indonesia

e-mail: niningsyafitri@unidayan.ac.id

* Corresponding Author

INFORMASI ARTIKEL

Online ISSN : 2988-2915

Print ISSN : 2988-3695

Article history

Received : 19 Mei 2024

Revised : 30 Mei 2024

Accepted : 6 Juni 2024

Kata kunci: bullying, media social, remaja, kampanye

Keywords: *bullying, social media, teens, campaign*

PENERBIT

Universitas Dayanu Ikhsanuddin.

Jalan Dayanu Ikhsanuddin No. 124,

Kode Pos 93721 Baubau,

Sulawesi Tenggara, Indonesia.

Email: journal.kambampu@gmail.com

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



ABSTRAK

Bullying di sekolah menengah atas (SMA) telah menjadi masalah sosial serius yang berdampak negatif terhadap prestasi akademik dan kesejahteraan mental siswa. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran siswa mengenai *bullying* melalui kampanye *anti-bullying* berbasis media sosial. Metode yang digunakan adalah pembuatan konten edukatif dan interaktif di *platform* seperti Instagram dan TikTok. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman siswa tentang *bullying* serta partisipasi aktif dalam kampanye. Kampanye ini berhasil membangun solidaritas siswa dan menciptakan lingkungan sekolah yang lebih aman. Kesimpulannya, media sosial efektif sebagai *platform* kampanye untuk mengurangi *bullying* di kalangan remaja.

Bullying in high schools has become a serious social issue, negatively impacting students' academic performance and mental well-being. This program aimed to raise students' awareness of bullying through a social media-based anti-bullying campaign. The method employed was the creation of educational and interactive content on platforms like Instagram and TikTok. The results showed increased students' understanding of bullying and active participation in the campaign. The campaign successfully fostered student solidarity and created a safer school environment. In conclusion, social media proved effective as a campaign platform to reduce teenage bullying.

Cara mengutip: Syafitri, N., Hanafiah, W.O., Rahmatia, R., Baharudin, B., Maneba, S., Wahyuni B., A., Lestari, D., Adu, B., Sardiana, S., Amiruddin, E.P., & Saifullah, S. (2024). Kampanye Anti-Bullying di SMA: Pendekatan melalui Media Sosial. *Kamba Mpu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 18-21. <https://doi.org/10.55340/kambampu.v1i2.1649>

PENDAHULUAN

Bullying di sekolah menengah atas (SMA) merupakan masalah sosial yang signifikan, dengan dampak negatif yang mendalam terhadap korban, termasuk penurunan prestasi akademik, kesehatan mental yang memburuk, dan risiko gangguan emosi jangka panjang (Olweus, 1993). Penelitian menunjukkan bahwa *bullying* tidak hanya melibatkan tindakan fisik, tetapi juga dapat berbentuk psikologis dan verbal, yang sering kali sulit terdeteksi oleh guru dan orang tua (Kowalski, R. M., Limber, S. P., & Agatston, 2014). Dengan berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial yang semakin meluas di kalangan remaja, *bullying* juga telah merambah ke dunia maya, dalam bentuk yang dikenal sebagai *cyberbullying* (Smith, P.

K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, 2008). Oleh karena itu, strategi penanggulangan *bullying* yang efektif perlu memperhitungkan lingkungan digital yang mendominasi kehidupan remaja saat ini.

Sebagai platform yang digunakan secara luas oleh remaja, media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk mendukung kampanye anti-bullying. Media sosial menawarkan kemampuan untuk menyebarkan pesan positif secara cepat dan luas, serta menciptakan ruang diskusi di mana siswa dapat berbagi pengalaman mereka terkait *bullying* dan menerima dukungan dari komunitas. Penelitian oleh Hinduja dan Patchin (2015) menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan melalui media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran dan mengurangi kejadian *bullying* di kalangan siswa.

Selain itu, strategi berbasis media sosial dapat menumbuhkan solidaritas dan memberikan rasa kepemilikan kepada siswa dalam upaya menciptakan lingkungan sekolah yang lebih aman dan penuh perhatian terhadap warga sekolah.

Namun, meskipun terdapat berbagai upaya untuk menanggulangi *bullying* di sekolah, tantangan masih tetap ada. Siswa sering kali tidak melaporkan insiden *bullying* karena takut pembalasan atau merasa bahwa laporan mereka tidak akan ditindaklanjuti secara serius (Wang, J., Iannotti, R. J., & Nansel, 2010). Oleh karena itu, kampanye *anti-bullying* melalui media sosial bertujuan untuk menciptakan ruang yang aman di mana siswa dapat terlibat secara aktif tanpa merasa terancam. Pendekatan ini juga dapat meningkatkan keterlibatan *peer-to-peer*, yang terbukti lebih efektif dalam menangani *bullying* dibandingkan intervensi dari pihak guru atau otoritas sekolah (Gaffney, H., Farrington, D. P., & Ttofi, 2019).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk melaksanakan kampanye *anti-bullying* di SMA melalui media sosial, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran siswa mengenai dampak buruk *bullying* serta mendorong partisipasi aktif dalam mencegah tindakan tersebut. Strategi yang diterapkan meliputi pembuatan konten edukatif yang menarik dan interaktif di media sosial, serta melibatkan siswa dalam produksi dan penyebaran konten tersebut.

Melalui pendekatan ini, diharapkan kampanye *anti-bullying* ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang bahaya *bullying*, tetapi juga mendorong terjadinya perubahan perilaku yang positif di kalangan siswa. Kampanye berbasis media sosial ini diharapkan dapat memperkuat solidaritas antar siswa, menciptakan budaya sekolah yang lebih penuh perhatian terhadap sesama, dan pada akhirnya mengurangi insiden *bullying* secara keseluruhan.

SOLUSI

Dalam rangka menangani isu *bullying* di lingkungan SMA, penggunaan media sosial sebagai *platform* kampanye dapat menjadi solusi yang efektif. Media sosial menawarkan jangkauan luas dan interaksi yang dapat mendukung upaya pencegahan dan penanganan *bullying* di kalangan remaja.

Solusi yang Diterapkan

Platform Media Sosial

Instagram dan TikTok: Digunakan untuk membuat dan membagikan konten visual seperti infografis, video pendek, dan cerita yang mengedukasi tentang dampak *bullying*, bagaimana mengidentifikasinya, dan langkah-langkah yang dapat diambil untuk melawannya. Kedua platform ini populer di kalangan remaja dan memungkinkan untuk menjangkau audiens dengan cara yang menarik.

Facebook dan Twitter: Untuk membagikan artikel, kampanye, dan update mengenai kegiatan *anti-bullying*. Platform ini dapat digunakan untuk membangun komunitas dan mendiskusikan isu-isu yang relevan dengan lebih mendalam.

Konten Edukatif dan Inspiratif

Video Edukasi: Membuat video pendek yang menjelaskan jenis-jenis *bullying*, efek negatifnya, dan bagaimana korban dapat mencari bantuan. Video ini dapat disertai dengan testimoni dari orang-orang yang pernah mengalami *bullying* atau ahli di bidang kesehatan mental.

Infografis dan Meme: Menggunakan infografis untuk menyajikan data dan fakta mengenai *bullying* dengan cara yang mudah dipahami. Meme yang relevan juga dapat digunakan untuk menarik perhatian dan memulai percakapan.

Kegiatan Interaktif

Kuis dan *Polling*: Mengadakan kuis dan *polling* di media sosial untuk mengukur pemahaman siswa tentang *bullying* dan bagaimana mereka dapat berkontribusi dalam mencegahnya. Hasil kuis dapat digunakan untuk memberikan *feedback* dan konten edukatif tambahan.

Sesi Tanya Jawab: Menyelenggarakan sesi tanya jawab secara langsung dengan ahli atau tokoh yang berpengalaman dalam menangani *bullying*, untuk memberikan kesempatan bagi siswa bertanya dan mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

Kemitraan dan Kolaborasi

Kolaborasi dengan *Influencer*: Mengajak *influencer* atau tokoh publik yang peduli dengan isu *bullying* untuk mempromosikan kampanye dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Kemitraan dengan Sekolah dan Organisasi Lokal: Bekerja sama dengan sekolah dan organisasi lokal untuk menyebarluaskan materi kampanye dan mengintegrasikan edukasi *anti-bullying* ke dalam kurikulum dan kegiatan sekolah.

Prosedur Kegiatan

Perencanaan

(1) Mengidentifikasi audiens target dan *platform* media sosial yang paling efektif. (2) Mengembangkan rencana konten, termasuk jenis materi yang akan diproduksi dan jadwal posting.

Pengembangan Konten

(1) Membuat konten visual dan teks yang relevan dengan isu *bullying*. (2) Merancang kampanye interaktif seperti kuis dan *polling* untuk melibatkan audiens.

Pelaksanaan Kampanye

(1) Mengkampanyekan di platform yang telah dipilih dan memantau respons serta keterlibatan audiens. (2) Mengadakan sesi tanya jawab dan kegiatan interaktif sesuai jadwal.

Evaluasi dan Penyesuaian

(1) Mengumpulkan data mengenai keterlibatan dan *feedback* dari audiens. (2) Mengevaluasi efektivitas kampanye dan melakukan penyesuaian berdasarkan umpan balik dan data yang diperoleh.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil Pelaksanaan Program

Kampanye *anti-bullying* melalui media sosial di SMA berhasil dilaksanakan dengan beberapa kegiatan inti. Media sosial yang digunakan dalam kampanye ini adalah Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter, yang merupakan *platform* populer di kalangan remaja. Melalui *platform* tersebut, tim pengabdian masyarakat (PkM) memproduksi dan menyebarkan konten edukatif seperti infografis, video pendek, serta mengadakan sesi tanya jawab secara langsung. Selain itu, kegiatan interaktif seperti kuis dan *polling* diadakan untuk mengukur pemahaman siswa mengenai *bullying* dan mendorong keterlibatan aktif mereka dalam kampanye.

Hasil yang signifikan dari pelaksanaan program ini adalah meningkatnya kesadaran siswa mengenai dampak buruk *bullying*, baik fisik, verbal, maupun *cyberbullying*. Konten yang diproduksi mendapat tanggapan positif, dengan sebagian besar siswa merasa lebih memahami langkah-langkah untuk mencegah dan mengatasi *bullying* di lingkungan sekolah. Antusiasme siswa terlihat melalui partisipasi mereka dalam kuis dan *polling*, serta banyaknya pertanyaan yang diajukan dalam sesi tanya jawab.

Berdasarkan observasi, sebagian besar siswa lebih menyadari pentingnya berperilaku positif di media sosial dan mendukung teman yang mengalami *bullying*. Siswa juga mengapresiasi materi yang disampaikan karena bersifat interaktif dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat kampanye efektif dalam menarik minat siswa dan meningkatkan kesadaran mereka tentang isu *bullying*.

Hambatan dalam Pelaksanaan

Beberapa hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan PkM ini antara lain adalah: (1) Beberapa siswa tidak dapat secara konsisten mengakses media sosial karena keterbatasan internet, terutama mereka yang tinggal di daerah dengan koneksi internet yang kurang stabil. (2) Pada awalnya, siswa cenderung pasif dalam memberikan tanggapan dan partisipasi dalam kegiatan kampanye di media sosial. Faktor ini kemungkinan disebabkan karena kurangnya pemahaman awal tentang pentingnya kampanye tersebut atau kurangnya kepercayaan diri untuk terlibat aktif. (3) Meskipun sebagian siswa sudah memahami *bullying* fisik dan verbal, masih ada kebingungan mengenai

cyberbullying, terutama terkait dengan bagaimana melaporkan insiden tersebut.

Alternatif Solusi untuk Mengatasi Hambatan

Untuk mengatasi hambatan tersebut, tim PkM menerapkan beberapa solusi, yaitu: (1) Untuk mengatasi keterbatasan akses internet, beberapa kegiatan dilakukan secara offline melalui pertemuan langsung di sekolah. Poster dan selebaran tentang kampanye *anti-bullying* juga dibagikan untuk memastikan pesan kampanye tetap diterima oleh siswa yang tidak dapat mengakses media sosial secara konsisten. (2) Untuk meningkatkan partisipasi, tim melakukan promosi tambahan di media sosial, seperti membuat konten yang lebih menarik dengan menggunakan meme dan video pendek yang lebih relevan bagi remaja. Selain itu, siswa dilibatkan lebih aktif dalam pembuatan konten agar mereka merasa memiliki dan terlibat langsung dalam kampanye. (3) Tim PkM memberikan sosialisasi tambahan tentang *cyberbullying* dan cara-cara melaporkan insiden yang terjadi di dunia maya. Dengan memperjelas bentuk-bentuk *bullying* yang terjadi secara online, siswa menjadi lebih paham mengenai pentingnya menghindari tindakan tersebut dan melaporkan jika mereka atau teman mereka mengalaminya.

Diskusi

Pelaksanaan kampanye *anti-bullying* melalui media sosial menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi *platform* yang efektif dalam menyebarkan pesan positif dan meningkatkan kesadaran di kalangan remaja. Respons positif dari siswa menunjukkan bahwa pendekatan yang interaktif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka mampu meningkatkan partisipasi dan pemahaman siswa mengenai *bullying*.

Namun, hambatan seperti akses internet yang terbatas dan minimnya partisipasi awal menunjukkan bahwa kampanye semacam ini memerlukan strategi yang fleksibel dan komprehensif. Solusi alternatif yang diterapkan, seperti penggabungan pendekatan *online* dan *offline*, serta peningkatan sosialisasi mengenai *cyberbullying*, mampu mengatasi sebagian besar hambatan tersebut.

Secara keseluruhan, kampanye ini berhasil mendorong kesadaran siswa tentang pentingnya menciptakan lingkungan sekolah yang aman dan bebas *bullying*. Hasil yang ditemukan dari program ini mendukung temuan sebelumnya bahwa keterlibatan siswa dalam kampanye *anti-bullying* yang mereka ikut sertakan sendiri akan lebih efektif dalam mengurangi insiden *bullying*.

KESIMPULAN

Kampanye *anti-bullying* melalui media sosial di SMA berhasil memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran siswa tentang

pentingnya mencegah dan mengatasi *bullying*, baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Melalui pendekatan yang interaktif dan sesuai dengan gaya hidup remaja saat ini, media sosial terbukti mampu menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pesan positif, mendorong solidaritas, dan menciptakan budaya sekolah yang lebih aman. Penggunaan media sosial sebagai *platform* kampanye menunjukkan bahwa teknologi dapat diintegrasikan dengan strategi pendidikan dan sosial untuk menghadapi tantangan sosial di kalangan remaja.

Lebih jauh lagi, kampanye ini memperlihatkan potensi *peer-to-peer influence*, di mana keterlibatan langsung siswa dalam memproduksi dan menyebarkan konten edukatif memberikan rasa memiliki dan meningkatkan efektivitas program. Strategi ini tidak hanya berhasil mengurangi insiden *bullying*, tetapi juga memperkuat kemampuan siswa untuk mengenali dan melaporkan kasus *bullying*, terutama *cyberbullying*, yang sebelumnya kurang dipahami. Dengan demikian, kampanye ini telah menciptakan fondasi yang kuat bagi pendekatan berbasis teknologi dalam menangani isu sosial di lingkungan pendidikan.

Secara teoritis, kampanye ini menawarkan konsep baru tentang peran media sosial dalam menciptakan lingkungan sekolah yang lebih inklusif dan bebas *bullying*. Penggabungan konten edukatif dengan interaksi aktif melalui media sosial tidak hanya meningkatkan kesadaran tetapi juga membangun keterampilan sosial dan kepedulian siswa terhadap satu sama lain. Konsep ini bisa diterapkan lebih luas pada isu-isu sosial lainnya di kalangan remaja, seperti kesehatan mental, keberagaman, dan kesejahteraan, menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana edukasi yang lebih efektif dan adaptif di era digital.

Sebagai rekomendasi untuk kegiatan yang akan datang, penting untuk melibatkan lebih banyak pihak, seperti orang tua dan guru, dalam kampanye ini. Membangun jejaring sosial yang kuat antara siswa, guru, dan orang tua dapat memperluas dampak kampanye dan menciptakan dukungan yang lebih komprehensif untuk mencegah *bullying*. Pendekatan holistik yang melibatkan seluruh komunitas sekolah, baik secara *online* maupun *offline*, akan memperkuat upaya menciptakan lingkungan belajar yang lebih sehat dan bebas dari *bullying*.

DAFTAR REFERENSI

- Gaffney, H., Farrington, D. P., & Ttofi, M. M. (2019). Examining the effectiveness of school-bullying intervention programs globally: A meta-analysis. *International Journal of Bullying Prevention*, 1(1), 14–31.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2015). *Bullying Beyond the Schoolyard: Preventing and Responding to Cyberbullying*. Sage Publications.
- Kowalski, R. M., Limber, S. P., & Agatston, P. W. (2014).

- Cyberbullying: Bullying in the Digital Age*. John Wiley & Sons.
- Olweus, D. (1993). *Bullying at School: What We Know and What We Can Do*. Blackwell Publishing.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376–385.
- Wang, J., Iannotti, R. J., & Nansel, T. R. (2010). School bullying among adolescents in the United States: Physical, verbal, relational, and cyber. *Journal of Adolescent Health*, 45(4), 368–375.