

Smart Campaign Penggunaan Gadget for Better Education and Healthier Life pada Siswa-Siswi SDN 99 Barru

Warsidi Warsidi^{1*}, Agoeng Dwi Poernomo², Yaswar³,
Annisa Miftahul Jannah⁴, Dziti Rahmadani⁵, Era Febbianti Nur Aini⁶,
Maghfirah A. Rauf⁷, Mahathan Mahesa Buwono⁸, Muhammad Alfatin⁹,
Muhammad Said¹⁰, Mutiara Zahrani Ardiansyah¹¹, Siti Kirana Tajwi¹²,
Nurul Qalbi Rasyidin¹³, Rini Ariyani¹⁴, Roro Widiyatmi DJ¹⁵, Siti Kurniati¹⁶,
Sri Satri Ahmad¹⁷

¹⁻¹⁷ Universitas Islam Makassar

* warsidi.dty@uim-makassar.ac.id

Abstrak

Meskipun pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan oleh berbagai akademisi di Indonesia, atau bahkan di berbagai negara lainnya, *campaign* terhadap penggunaan *gadget* masih terbatas, terutama pada kedua *stakeholders* (anak dan orangtua). Melihat kekurangan ini, kami melakukan *smart campaign* penggunaan *gadget for better education and healthier life* pada siswa-siswi SDN 99 Barru. Metode pelaksanaannya adalah melakukan survei kebutuhan, diskusi dan tanya-jawab, demonstrasi penggunaan *gadget*, pendekatan dan *campaigning*, dan edukasi ke orangtua siswa-siswi. Hasilnya menunjukkan keakraban dan kedekatan antara pengabdian dan siswa-siswi. Hasil ini diharapkan dapat berimplikasi terhadap kesadaran dan pentingnya penggunaan *gadget* yang bijak dan tidak berlebihan.

Kata Kunci: *better education, gadget, healthier life, siswa-siswi, smart campaign*

Pendahuluan

Berbagai kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat telah banyak dilakukan untuk peningkatan keterampilan masyarakat, seperti pelatihan Endnote (Warsidi & Syurganda, 2022), *test of English as foreign language* (TOEFL) (Asfah et al., 2024), penerjemahan (Warsidi & Kamal, 2022), dan lain-lain. Namun, kegiatan pengabdian masih sangat terbatas pada penyadaran masyarakat dari berbagai bahaya penggunaan *tools* dalam kegiatan sehari-hari, seperti *gadget*.

Beberapa *scholars* dan pelaku pengabdian di Indonesia, terutama di kalangan anak (Fatchuriza et al., 2023; Harahap & Darmawan, 2024; Hartono, 2016; Wahdini & Nurhajati, 2019), termasuk pada anak usia dini (Alsuria et al., 2025). Fatchuriza et al. (2023) mengidentifikasi banyaknya dampak negatif dari penggunaan *gadget* pada anak-anak, termasuk urusan malas belajar hingga masalah kesehatan. Artinya, penggunaan *gadget* memiliki resiko yang berbahaya dan memerlukan perhatian besar dari para intelektual. Namun, meskipun kegiatan *campaign* ini sudah beberapa kali dilakukan, sebagian besar

mereka lebih pada penggunaan *online game*, *earphone*, dan edukasi ke orang tua. Berikut ini beberapa *review* yang sangat erat dengan pengabdian kepada masyarakat tentang *campaign* penyadaran individu.

Pertama, *campaign* untuk menghindari *addicted online games* pada anak melalui permainan tradisional (Wahdini & Nurhajati, 2019). Meskipun permainan *online game* tersebut memiliki nilai positif pada anak, namun dampak negatifnya lebih besar. Hasilnya menunjukkan bahwa *campaign* ini sesuai dan mampu memberikan keterampilan, sikap, perilaku dan berkurangnya masalah pada anak, sehingga permainan *game* tradisional dapat menjadi salah satu sarana yang efektif untuk menghindari *addicted online game*.

Kedua, *campaign* dalam konteks yang lain juga telah dilakukan, yaitu *campaign* penggunaan *earphone* secara berlebihan pada anak muda untuk menghindari dampak negatif yang serius (Salim et al., 2014). Tujuannya adalah untuk menciptakan kesadaran tentang bahaya di masa depan. Pelaksanaannya dilakukan melalui kampanye sosial, masyarakat diberi pemahaman tentang betapa pentingnya menjaga pendengaran.

Ketiga, *campaign* video untuk orang tua anak tentang bahaya penggunaan gadget juga telah dilakukan untuk keperluan dan menjaga anak-anak mereka dari kecanduan gadget (Harahap & Darmawan, 2024) karena kecanduan gadget dapat menyebabkan anak sering marah-marah, berbicara kasar, dan lain-lain. Untuk menciptakan video ini, dibutuhkan kreatifitas dan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks budaya.

Hasil *review* di atas telah menunjukkan bahwa penggunaan *tools earphone*, *online game*, dan gadget yang berlebihan dapat membahayakan penggunanya. Oleh karena, kegiatan pengabdian yang sifatnya memberikan pemahaman dan penyadaran kepada masyarakat, terutama di lingkungan masyarakat penting dilakukan. Namun, meskipun *campaign* tentang penggunaan gadget yang berlebihan dan bahayanya telah dilakukan oleh Harahap and Darmawan (2024), mereka hanya berfokus memberikan edukasi ke orang tua anak. Sedangkan *campaign* ke keduanya (anak dan orangtua) merupakan langkah yang lebih konkrit untuk memberikan kesadaran yang lebih maksimal. Melihat gap ini, pengabdian ini melakukan *campaign* kepada anak-anak di sekolah dasar SDN 99 Barru dan sekaligus memberikan pemahaman kepada orangtua siswa.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mulai tanggal 05 November 2025 hingga tanggal 07 November 2025 mulai pukul 07.30 pagi – 12.00 siang hari dengan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Tahap Penyuluhan

Tahapan ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan para peserta didik di Sekolah Dasar Negeri 99 Barru dengan melakukan survei, observasi dan interview ringan. Namun, di sela-sela waktu, ada signal yang mengindikasikan penggunaan gadget yang berlebihan. Sehingga, tahap ini juga melakukan penyampaian materi mengenai manfaat gadget, risiko penggunaan berlebihan, serta cara menggunakan gadget untuk belajar.

Tahap Diskusi dan Tanya Jawab

Pada tahap ini, para siswa diberikan kesempatan bertanya dan menyampaikan pengalaman mereka terkait penggunaan gadget dan diskusi ringan dengan mereka.

Tahap Demonstrasi Penggunaan Gadget

Pada tahap ini, kami menunjukkan contoh durasi penggunaan gadget yang baik, sehat, postur tubuh yang benar saat menggunakan gadget, dan aktivitas fisik sebagai penyeimbang. Tujuannya adalah memberikan gambaran tentang penggunaan gadget yang baik dan *safety*.

Tahap Pendekatan dan Campaign penggunaan *Gadget for Better Education and Healthier Life*

Tahapan ini menyampaikan materi ke siswa dengan bahasa yang sederhana dan contoh nyata agar mudah dipahami siswa. Selain itu, dampak negatif tentang penggunaan gadget yang salah dan berlebihan juga diorasikan untuk memberikan pemahaman tentang bahaya gadget.



Gambar 1. Pendekatan pelaku pengabdian kepada siswa-siswi

Tahap Penyuluhan kepada Orang Tua

Tahapan ini memberikan edukasi singkat terkait pendampingan penggunaan gadget di rumah. Hal ini dilakukan agar edukasi dapat berjalan beriringan antara di sekolah dan di rumah.

Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan kegiatan *Smart Campaign* penggunaan gadget pada siswa-siswi SDN 99 Barro, hasilnya menunjukkan kesan yang positif karena siswa dapat memahami dampak negatif penggunaan gadget yang berlebihan. Selain itu, kedekatan antara para pelaku pengabdian dengan siswa juga menunjukkan keakraban yang dapat

menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan komunikasi. Sehingga para siswa tidak memiliki rasa canggung untuk mempertanyakan yang mereka belum pahami.



Gambar 2. Foto kebersamaan setelah kegiatan smart campaign

Lebih lanjut lagi, hasil pengabdian smart campaign ini juga memberikan dampak praktis. Pertama, siswa memahami pentingnya membatasi penggunaan gadget dan mengetahui dampak negatif jika digunakan secara berlebihan. Kedua, mereka mampu menjelaskan kembali cara menggunakan gadget secara bijak, termasuk mengatur waktu belajar dan bermain. Ketiga, mereka juga menunjukkan antusiasme dalam kegiatan tanya jawab dan diskusi mengenai pengalaman mereka. Terakhir, orang tua mereka mendapat wawasan baru mengenai pendampingan penggunaan gadget pada anak.



Gambar 3. Foto bersama para guru dan pengabdi

Hasil ini diharapkan memiliki dampak yang positif terhadap penggunaan *gadget* yang edukatif dan lebih memperhatikan aspek kesehatan. Selain itu, pemanfaatan *gadget* yang bijak bisa memiliki dampak yang positif untuk tumbuh dan sehat di masa depan untuk tujuan pendidikan yang berkualitas (*lifelong learning*) dan *healthy life*.



Gambar 4. Foto bersama para siswa-siswi

Hasil di atas berimplikasi pada penciptaan lingkungan belajar yang sehat dan mendukung tumbuh kembang anak di era digital. Selain itu, kegiatan ini juga dapat membentuk karakter anak yang disiplin, mandiri, dan mampu mengontrol diri dalam penggunaan teknologi sehingga mereka dapat mencegah dampak negatif penggunaan *gadget* terhadap kesehatan mata, postur tubuh, dan kondisi mental anak secara sadar. Terakhir, kegiatan ini juga berimplikasi untuk mewujudkan generasi cerdas, sehat, dan berkarakter positif di era digital sebagai bagian dari peningkatan mutu pendidikan di Desa Harapan.



Gambar 5. Foto bersama di kelas

Kesimpulan

Kegiatan *smart campaign* dilaksanakan melalui mulai dari kelas 1 hingga kelas 6, dengan penyampaian materi yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman masing-masing. Kegiatan ini menjadikan “Anak paham tentang Batasan Bermain Gadget” dan berhasil memberikan pemahaman penggunaan gadget secara bijak dan seimbang. Melalui pendekatan *smart campaign* ini, anak-anak belajar membedakan waktu belajar dan bermain, memahami risiko kesehatan, serta pentingnya menjaga keseimbangan hidup.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan ini adalah bagian dari program kerja nyata (KKN) yang direncanakan oleh Universitas Islam Makassar (UIM). Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada rektor UIM atas semua bentuk *support* kegiatan ini.

Referensi

- Alsuria, H. K., Aulia, R., & Syafikarani, A. (2025). Perancangan Kampanye Ketergantungan Gadget Pada Anak Usia Dini Melalui Brand Activation Bebelac Gold 3. *eProceedings of Art & Design*, 12(1), 17-17.
- Asfah, I., Muhalim, M., Warsidi, Affandi, A., Hasriani, G., & Akhmad, F. (2024). Pelatihan TOEFL bagi Mahasiswa Politeknik Kelautan dan Perikanan Bone untuk Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris Akademik dan Profesional. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(05), 1992-2000. Retrieved from <https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/746>
- Fatchuriza, M., Syaifudin, A. A., & Rahmawati, M. P. (2023). Social Campaign Bijak Menggunakan Gadget Pada Usia±12 Tahun. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian (JIHAN)*, 1(2), 1-8. <https://doi.org/10.45671/jihan.v1i2.9>
- Harahap, W. L., & Darmawan, D. (2024). Perancangan kampanye social tentang pengawasan gadget pada anak untuk orang tua. *Kartala Visual Studies*, 3(1), 59-67.
- Hartono, N. (2016). *Perancangan Kampanye Bijak Menggunakan Handphone Pada Saat Berkumpul Bersama Melalui Desain Komunikasi Visual Unika Soegijapranata Semarang*.
- Salim, S. L., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2014). *Perancangan kampanye bijak menggunakan earphone* Petra Christian University].
- Wahdini, A., & Nurhajati, L. (2019). Implementasi Model Kampanye Komunitas Traditional Games Returns Dalam Mencegah Adiksi Gawai Pada Anak. *Communications*, 1(2), 24-52. <https://doi.org/10.21009/Communications.1.2.2>
- Warsidi, & Kamal, A. (2022). Pelatihan penerjemahan Indonesian-English dengan menggunakan kombinasi Google Translate dan menerapkan manual translation strategies. *Ash-Shahabah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 9-15. <https://doi.org/10.59638/ashabdimas.v1i2.534>
- Warsidi, W., & Syurganda, A. (2022). More Easily Managing References: Pelatihan Manajemen Referensi Karya Ilmiah dengan Software Endnote bagi Mahasiswa Semester Akhir. *Madaniya*, 3(3), 455-460. <https://doi.org/10.53696/27214834.232>