

## **LOKAKARYA PEMANFAATAN TAGAR, CERITA, DAN IDENTITAS SEBAGAI NARASI DIGITAL BAGI PENGUATAN IDENTITAS ASEAN PADA GENERASI MUDA**

**Nunung Nurjati<sup>1</sup>, Nukmatus Syahria<sup>2</sup>, Abd. Ghofur<sup>3</sup>, Putri Lovi Pasenta<sup>4</sup>, Jessica  
Ong Hai Liaw Feit<sup>5</sup>**

<sup>1-4</sup>Pendidikan Bahasa Inggris Program Magister, Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya,  
Indonesia

<sup>5</sup>Universiti Pertahanan Nasional Malaysia, Malaysia

\***Email:** [nunung.nurjati@unipasby.ac.id](mailto:nunung.nurjati@unipasby.ac.id)

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat identitas ASEAN pada generasi muda melalui pemanfaatan narasi digital, khususnya tagar dan cerita yang berkembang di ruang media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Program Magister Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya bekerja sama dengan Universiti Pertahanan Nasional Malaysia, Malaysia. Program ini dirancang dalam bentuk lokakarya interaktif berupa pelatihan penggunaan tagar strategis, pembuatan konten naratif digital, serta diskusi kritis tentang representasi identitas ASEAN dalam media daring. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada peserta, terlihat bahwa generasi muda memiliki potensi besar sebagai agen pembentuk identitas regional melalui praktik literasi digital yang kreatif dan kolaboratif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai nilai-nilai kebersamaan ASEAN, kemampuan mereka dalam memproduksi narasi digital yang relevan, serta meningkatnya kesadaran akan peran media sosial sebagai ruang pembentukan identitas kolektif. Kegiatan ini menegaskan bahwa narasi digital dapat menjadi medium efektif dalam mendorong keterlibatan generasi muda dan memperkuat identitas ASEAN secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** tagar, identitas, narasi digital, ASEAN, generasi muda

### **Abstract**

*This community service activity aimed to strengthen ASEAN identity among the younger generation through the use of digital narratives, particularly hashtags and stories circulating in social media spaces. The activity was conducted by the Master's Program in English Education Universitas PGRI Adi Buana Surabaya in collaboration with Universiti Pertahanan Nasional Malaysia, Malaysia. The program was designed as an interactive workshop involving training on the use of strategic hashtags, the creation of digital narrative content, and critical discussions on the representation of ASEAN identity in online media. Based on the results of questionnaires administered to the participants, the findings indicate that the younger generation has significant potential to act as agents in shaping regional identity through creative and collaborative digital literacy practices. The outcomes of the activity demonstrate an improvement in participants' understanding of ASEAN values of solidarity, their ability to produce relevant digital narratives, and their heightened awareness of the role of social media as a space for collective identity formation. This activity underscores that digital narratives can serve as an effective medium for fostering youth engagement and strengthening ASEAN identity in a sustainable manner.*

**Keywords:** *hashtag, identity, digital narrative, ASEAN, young generation*

## **PENDAHULUAN**

Dalam dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, berekspresi, dan membangun identitas kolektif. Media sosial, sebagai ruang publik baru, memungkinkan generasi muda untuk memproduksi dan mendistribusikan narasi secara cepat dan luas. Dalam konteks Asia Tenggara, wacana mengenai identitas ASEAN menjadi semakin relevan seiring upaya organisasi regional tersebut memperkuat rasa kebersamaan melalui slogan “One Vision, One Identity, One Community.” Upaya memperkuat identitas ASEAN tidak hanya menjadi agenda pemerintah, tetapi juga memerlukan partisipasi aktif masyarakat, khususnya pemuda sebagai aktor kunci pembentuk identitas sosial di ruang digital (ASEAN Secretariat, 2023).

Peran generasi muda menjadi sangat strategis karena mereka merupakan pengguna utama media digital. Data ASEAN Youth Development Index menunjukkan bahwa pemuda memiliki potensi besar dalam memahami, menginternalisasi, dan menyebarkan nilai-nilai ASEAN, meskipun kesadaran identitas regional ini belum merata di seluruh kawasan (ASEAN, 2021). Di Indonesia sendiri, pemerintah menekankan bahwa keterlibatan pemuda harus diperluas melalui pendidikan, pelatihan, dan aktivitas kolaboratif lintas negara untuk memperkuat pemahaman mengenai nilai toleransi dan kebersamaan ASEAN (Kemenpora RI, 2024). Dengan demikian, pemberdayaan pemuda dalam ruang digital merupakan langkah penting dalam membentuk identitas regional yang inklusif dan berkelanjutan.

Identitas ASEAN dapat dipahami sebagai identitas “terbayangkan” atau hasil konstruksi sosial yang tidak hadir secara alami, tetapi dibangun melalui interaksi antarwarga negara ASEAN (Leaño-Rafanan, 2023). Tantangan utama pembentukan identitas ini adalah besarnya keragaman budaya, bahasa, dan sejarah di Asia Tenggara. Namun, keragaman ini juga menjadi potensi pembentukan identitas kolektif apabila masyarakat memiliki ruang bersama untuk menegosiasikan nilai dan narasi kebersamaan. Media sosial menyediakan ekosistem bagi munculnya ruang tersebut, di mana pengguna dapat memproduksi konten, menanggapi narasi, serta membentuk komunitas virtual yang merefleksikan nilai-nilai regional.

Narasi digital, termasuk penggunaan tagar dan konten cerita, memainkan peran penting dalam membangun identitas kolektif. Hashtag, misalnya, tidak hanya berfungsi sebagai penanda topik, tetapi juga sebagai simbol solidaritas dan keterhubungan antarpengguna (Charles et al., 2020). Ketika digunakan secara strategis, tagar dapat menghubungkan individu dari berbagai negara, meningkatkan visibilitas pesan, serta mendorong diskusi lintas budaya. Sementara itu, cerita digital (digital storytelling) memungkinkan generasi muda

mengekspresikan pengalaman personal maupun pandangan mereka terhadap nilai-nilai ASEAN secara kreatif. Penelitian menunjukkan bahwa narasi digital yang dikembangkan secara kolaboratif dapat memperkuat empati, kesadaran sosial, serta rasa memiliki terhadap komunitas yang lebih luas (Cunsolo Willox et al., 2013).

Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) menjadi platform utama bagi generasi muda dalam berinteraksi dan mengkonstruksi identitas budaya mereka. Studi tentang ekspresi identitas pemuda di Asia Tenggara menemukan bahwa ruang digital telah membentuk arena di mana budaya lokal, nilai nasional, dan identitas regional berinteraksi secara dinamis (Sari & Wijaya, 2022). Interaksi ini dapat memperkuat pemahaman lintas budaya, tetapi juga berpotensi menimbulkan kebingungan identitas apabila tidak diiringi literasi digital yang memadai. Literasi digital membantu generasi muda memahami representasi media, mengidentifikasi bias, serta memproduksi konten yang lebih bernilai dan bertanggung jawab (Riyanto, 2023). Dalam konteks penguatan identitas ASEAN, literasi digital menjadi fondasi penting agar narasi yang muncul tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga informatif, reflektif, dan konstruktif.

Namun, sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa derasnya arus informasi global dapat memunculkan krisis identitas di kalangan generasi muda, terutama ketika mereka lebih terpapar budaya populer global dibandingkan nilai-nilai lokal atau regional (Rahman & Mulyadi, 2023). Oleh karena itu, intervensi berbasis pendidikan masyarakat—melalui pelatihan, lokakarya, atau program pemberdayaan—menjadi krusial untuk membantu generasi muda mengembangkan narasi digital yang berorientasi pada nilai-nilai kebersamaan ASEAN.

Berangkat dari kebutuhan tersebut, program pengabdian kepada masyarakat “Pemanfaatan Tagar, Cerita, dan Identitas sebagai Kontribusi Narasi Digital bagi Penguatan Identitas ASEAN pada Generasi Muda” dirancang untuk memberikan pelatihan literasi digital yang aplikatif dan relevan. Program ini berupaya meningkatkan pemahaman generasi muda tentang identitas ASEAN sekaligus membekali mereka dengan keterampilan memproduksi narasi digital melalui penggunaan tagar strategis dan pembuatan konten kreatif. Dengan pendekatan lokakarya interaktif, kegiatan ini diharapkan menjadi ruang bagi peserta untuk mendiskusikan representasi identitas ASEAN di media sosial, mengkritisi narasi-narasi yang berkembang, serta menciptakan cerita digital yang mencerminkan nilai kebersamaan, inklusivitas, dan multikulturalisme.

## **METODE**

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk lokakarya interaktif selama dua sesi daring melalui platform konferensi video. Kegiatan dirancang menggunakan

pendekatan participatory digital literacy training, yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam proses eksplorasi, produksi, dan refleksi narasi digital sebagai medium penguatan literasi digital dan pemahaman isu-isu kawasan ASEAN.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terintegrasi dan dilaksanakan bersamaan dengan realisasi kerja sama institusional antara Program Magister Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan Universiti Pertahanan Nasional Malaysia (UPNM). Kolaborasi ini merupakan bentuk implementasi nyata dari kesepakatan kerja sama internasional dalam bidang pendidikan, pengabdian kepada masyarakat, dan penguatan jejaring akademik di kawasan ASEAN. Melalui sinergi ini, kegiatan PKM tidak hanya berfungsi sebagai program pemberdayaan masyarakat, tetapi juga sebagai wahana internasionalisasi tridarma perguruan tinggi serta pertukaran praktik baik (best practices) antarnegara.

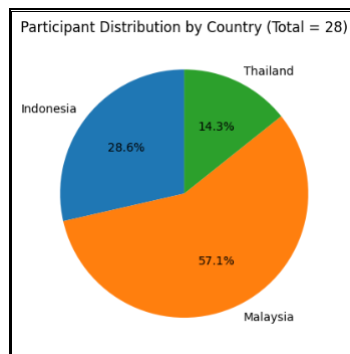
Peserta kegiatan berjumlah 28 orang yang berasal dari tiga negara anggota ASEAN, yaitu Indonesia (n = 8), Malaysia (n = 16), dan Thailand (n = 4). Peserta merupakan pemuda dan mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial serta memiliki minat terhadap isu-isu regional ASEAN, khususnya dalam konteks komunikasi digital, identitas budaya, dan partisipasi sosial lintas negara. Keberagaman latar belakang peserta ini mendukung terciptanya ruang dialog transnasional dan kolaboratif yang memperkaya proses pembelajaran dan pengabdian.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri atas empat tahap utama, yaitu: Pertama, tahap pemetaan kebutuhan (needs assessment) dilakukan melalui kuesioner awal untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital peserta, pemahaman mereka tentang identitas ASEAN, serta kebiasaan mereka dalam menggunakan tagar dan media sosial. Kedua, tahap pelatihan mencakup penyampaian materi mengenai penggunaan tagar strategis, konsep narasi digital, serta representasi identitas regional dalam media daring. Materi disampaikan secara interaktif dengan contoh kasus, diskusi kelompok kecil, dan analisis konten media sosial. Ketiga, tahap praktik kolaboratif (digital storytelling workshop) di mana peserta berkelompok berdasarkan negara dan diminta membuat narasi digital berupa unggahan media sosial lengkap dengan tagar, visual, dan pesan yang merepresentasikan nilai-nilai kebersamaan ASEAN. Fasilitator memberikan umpan balik langsung selama proses produksi. Keempat, tahap refleksi dilakukan melalui diskusi terarah dan pengisian kuesioner akhir, yang bertujuan mengevaluasi perubahan pemahaman peserta, pengalaman mereka dalam proses kolaboratif, serta sejauh mana kegiatan ini mempengaruhi kesadaran mereka terhadap identitas ASEAN.

Data dari kuesioner awal dan akhir dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan tingkat pemahaman dan persepsi peserta. Sementara itu, data kualitatif dari diskusi dan hasil karya narasi digital dianalisis menggunakan teknik tematik untuk mengidentifikasi pola narasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

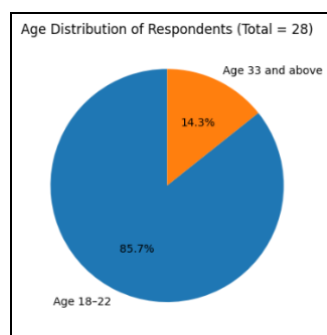
### Profil Peserta



**Gambar 1.** Profil Peserta PPM Internasional

Sebanyak 28 peserta mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat tingkat internasional ini, terdiri dari 8 peserta dari Indonesia, 16 dari Malaysia, dan 4 dari Thailand. Mayoritas berada pada rentang usia 23–27 tahun dan 28–32 tahun. Komposisi ini menunjukkan keragaman yang representatif bagi generasi muda ASEAN, yang saat ini menjadi aktor utama dalam penggunaan media digital dan partisipasi kampanye lintas negara. Hasil ini konsisten dengan temuan Ong et al. (2023) yang menyatakan bahwa kelompok usia produktif merupakan pengguna aktif platform digital yang memiliki potensi besar sebagai regional identity builders.

### Rentang Usia Peserta

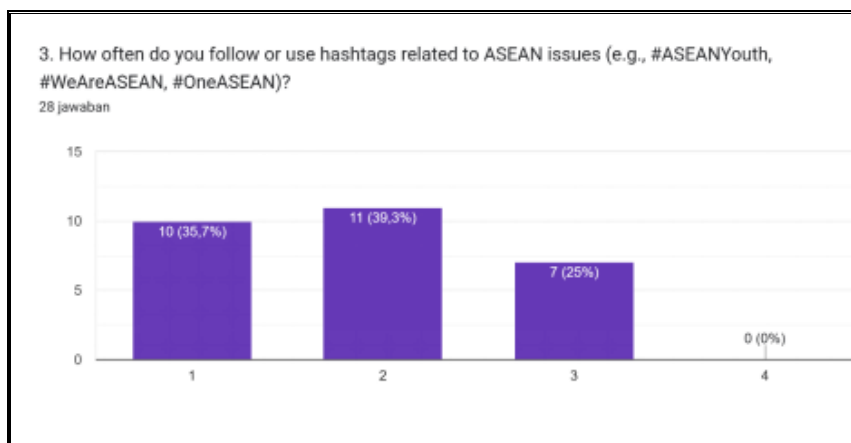


**Gambar 2.** Rentang Usia Peserta

Data kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 18–22 tahun, yaitu sebanyak 85,7% dari total 28 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta kegiatan merupakan kelompok usia muda yang umumnya masih berada pada fase pendidikan tinggi awal atau awal masa produktif mereka dalam mengakses dan memproduksi konten digital. Sementara itu, kelompok usia 33 tahun ke atas hanya berjumlah 14,3%. Tidak terdapat responden pada rentang usia 23–27 maupun 28–32 tahun. Ketidakhadiran responden pada dua kategori usia tersebut menunjukkan bahwa partisipasi

generasi muda awal lebih dominan dibandingkan kelompok usia dewasa muda. Dominasi usia 18–22 tahun ini penting untuk dicermati karena kelompok ini dikenal sebagai pengguna aktif media sosial dan sangat terbiasa menggunakan tagar, membuat cerita digital, serta terlibat dalam diskursus regional melalui platform digital. Dengan demikian, persepsi dan pengalaman mereka terkait identitas ASEAN melalui narasi digital kemungkinan besar mencerminkan pola keterlibatan digital khas generasi muda Indonesia saat ini.

### Frekuensi Penggunaan atau Mengikuti Tagar Terkait Isu-isu ASEAN



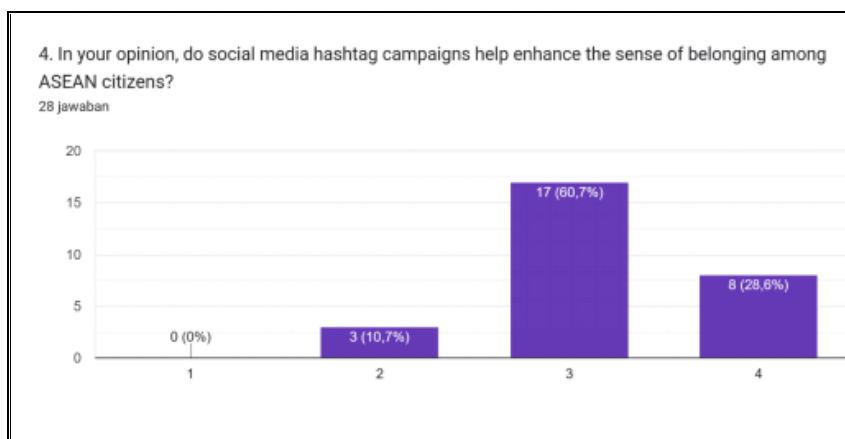
**Gambar 3.** Frekuensi Penggunaan Tagar Terkait Isu-Isu ASEAN

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan responden dalam mengikuti atau menggunakan tagar yang berkaitan dengan isu ASEAN, seperti #ASEANYouth, #WeAreASEAN, atau #OneASEAN, berada pada kategori yang bervariasi namun cenderung moderate–rendah. Sebanyak 39,3% responden (11 orang) memilih kategori 2, diikuti oleh 35,7% responden (10 orang) pada kategori 1, yang menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden hanya sesekali atau jarang mengikuti tagar bertema ASEAN. Sementara itu, 25% responden (7 orang) berada pada kategori 3, yang menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih aktif dibandingkan kelompok lainnya, meskipun tetap tidak dominan. Tidak ada responden yang memilih kategori 4, yang menandakan bahwa tidak ada peserta yang mengikuti atau menggunakan tagar ASEAN secara intens atau rutin.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun generasi muda mengenal tagar bertema ASEAN, tingkat keterlibatan mereka dalam diskursus digital tentang ASEAN masih relatif terbatas. Hal ini sejalan dengan kecenderungan bahwa isu kawasan sering kali belum menjadi fokus utama dalam konsumsi media sosial generasi muda, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih kreatif dan relevan untuk meningkatkan partisipasi digital mereka. Program pengabdian masyarakat yang mengangkat tema narasi digital ASEAN dalam penelitian ini menjadi relevan untuk mendorong peningkatan literasi dan keterlibatan generasi muda dalam wacana identitas regional. Sehingga, hal ini mengindikasikan bahwa narasi digital melalui

hashtag dipandang sebagai alat efektif untuk menumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*) dan solidaritas regional. Hal ini mendukung argumen Chen & Abidin (2021) bahwa ruang digital memungkinkan ekspresi identitas kolektif secara cepat, masif, dan interaktif.

### **Pandangan Responden tentang Efektivitas Kampanye Hashtag dalam Meningkatkan Rasa Kebersamaan Warga ASEAN**



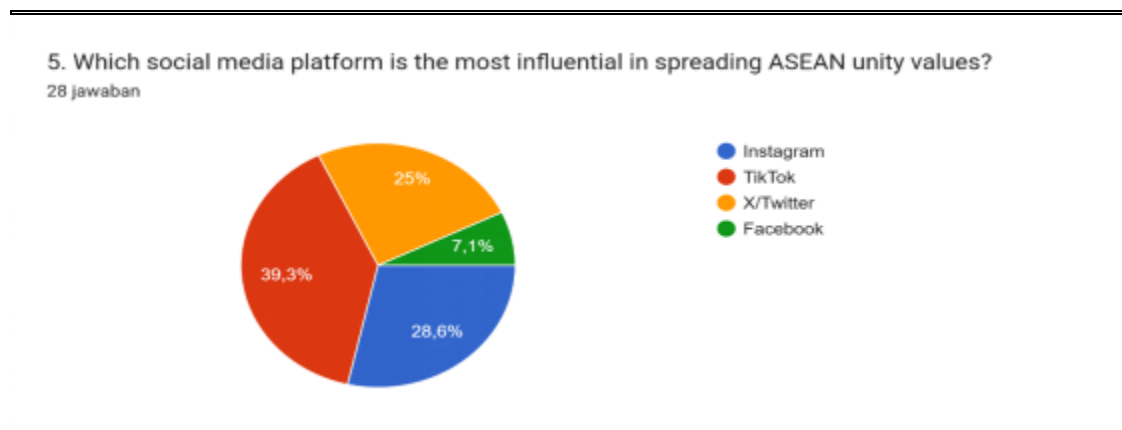
**Gambar 4.** Pandangan Respondent Terhadap Efektivitas Kampanye Hastag

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden meyakini bahwa kampanye hashtag di media sosial memiliki peran positif dalam meningkatkan rasa kebersamaan (*sense of belonging*) di antara warga ASEAN. Data menunjukkan bahwa 60,7% responden (17 orang) memilih kategori 3, yang mengindikasikan bahwa mereka cukup setuju bahwa kampanye hashtag berkontribusi terhadap penguatan identitas kolektif ASEAN.

Selain itu, 28,6% responden (8 orang) bahkan menunjukkan tingkat persetujuan yang lebih tinggi dengan memilih kategori 4, yang berarti mereka menganggap kampanye hashtag sebagai sarana yang efektif dalam membangun rasa keterhubungan dan solidaritas antarnegara di kawasan ASEAN. Sementara itu, hanya 10,7% responden (3 orang) yang memilih kategori 2, menunjukkan keraguan atau tingkat keyakinan yang relatif rendah terhadap efektivitas kampanye tersebut. Tidak ada responden yang menilai kampanye hashtag sebagai tidak berpengaruh sama sekali (kategori 1).

Secara keseluruhan, temuan ini mencerminkan bahwa generasi muda memiliki persepsi positif terhadap potensi narasi digital dalam memperkuat identitas regional. Kampanye hashtag dipandang mampu menjadi medium yang inklusif, mudah diakses, dan relevan dengan gaya komunikasi digital anak muda, sehingga dapat berfungsi sebagai penghubung emosional maupun kultural antarwarga ASEAN. Hal ini menunjukkan relevansi program pengabdian masyarakat yang memanfaatkan narasi digital sebagai strategi penguatan identitas ASEAN.

## Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Penyebaran Nilai Persatuan ASEAN



**Gambar 5.** Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Penyebaran Nilai Persatuan ASEAN

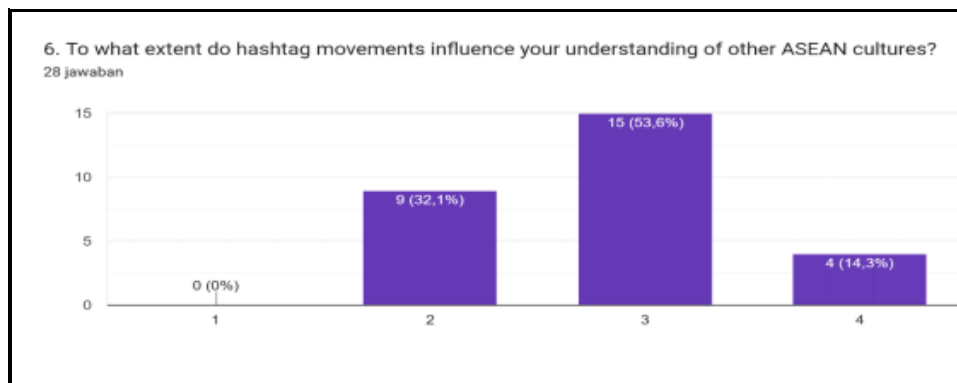
Hasil survei menunjukkan bahwa X/Twitter merupakan platform media sosial yang paling berpengaruh dalam menyebarkan nilai-nilai persatuan ASEAN, dipilih oleh 39,3% responden. Temuan ini menunjukkan bahwa diskusi cepat, update isu regional, dan penyebaran informasi melalui percakapan publik di X/Twitter dianggap sangat efektif oleh para peserta survei. Di posisi kedua, Instagram dipilih oleh 28,6% responden, menandakan bahwa konten visual seperti infografis, kampanye kreatif, dan narasi visual memiliki peran penting dalam menarik perhatian generasi muda terhadap isu-isu ASEAN. Selanjutnya, TikTok dipilih oleh 25% responden, yang menunjukkan semakin tingginya pengaruh video pendek dan konten berbasis tren dalam membangun kesadaran dan keterlibatan publik mengenai nilai-nilai persatuan di kawasan. Sementara itu, Facebook berada di posisi terakhir dengan 7,1%, menandakan bahwa platform ini kurang dianggap relevan oleh mayoritas responden, terutama bagi kelompok muda yang lebih aktif di platform visual dan berbasis tren. Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan bahwa platform yang menonjolkan kecepatan interaksi dan kreativitas konten—seperti X/Twitter, Instagram, dan TikTok—lebih dominan dalam menyampaikan pesan-pesan tentang persatuan ASEAN dibandingkan media sosial yang lebih tradisional.

Platform yang dipilih peserta menggambarkan preferensi generasi muda pada media berbasis visual dan short-form content, yang memang memiliki keterjangkauan lebih tinggi untuk pesan-pesan sosial yang disebarluaskan secara kreatif. Temuan ini sejalan dengan riset Omar & Hussin (2024) bahwa TikTok menjadi ruang ekspresi dominan bagi kampanye lintas budaya di Asia Tenggara.

### Pengaruh Tagar terhadap Pemahaman Budaya ASEAN

Lebih dari separuh peserta menyatakan bahwa gerakan hashtag secara moderat hingga sangat besar memengaruhi pemahaman mereka terhadap budaya negara-negara ASEAN

lainnya. Peserta yang memilih “tidak sama sekali” sangat sedikit. Ini menunjukkan bahwa tagar dan narasi digital bukan hanya sekadar tren media sosial, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukatif. Menurut Kurniawan & Pang (2023), paparan konten lintas budaya secara berulang dapat meningkatkan literasi budaya dan empati antarnegara.



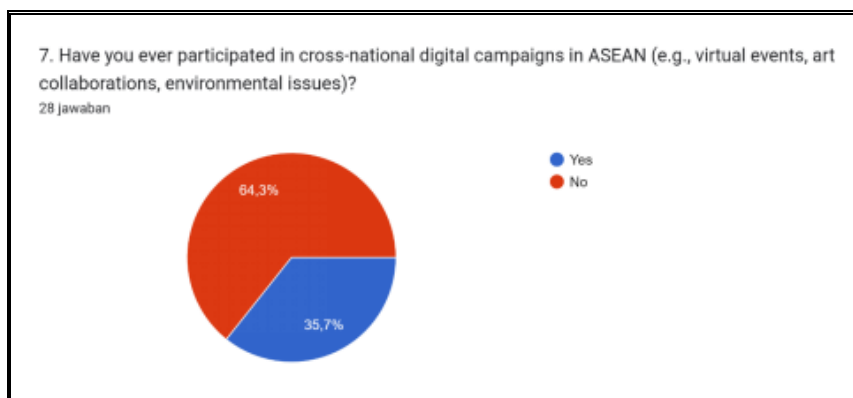
**Gambar 6.** Pengaruh Tagar terhadap Pemahaman Budaya ASEAN

Berdasarkan hasil survei terhadap 28 responden mengenai sejauh mana gerakan hashtag memengaruhi pemahaman mereka tentang budaya negara-negara ASEAN lainnya, mayoritas peserta menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup signifikan. Sebanyak 15 responden (53,6%) menilai bahwa hashtag movement memiliki pengaruh pada tingkat 3, yang menunjukkan bahwa mereka merasa cukup terbantu dalam memahami keragaman budaya ASEAN melalui narasi digital yang tersebar di media sosial.

Selain itu, 9 responden (32,1%) memilih tingkat 2, menandakan bahwa meskipun pengaruhnya tidak terlalu kuat, gerakan hashtag tetap memberikan kontribusi terhadap pengetahuan mereka. Sementara itu, 4 responden (14,3%) menilai pengaruhnya pada tingkat 4, menunjukkan bahwa bagi sebagian kecil peserta, gerakan hashtag memberikan dampak yang sangat signifikan dalam memperluas wawasan budaya lintas negara di kawasan ASEAN. Tidak ada responden yang memberikan nilai 1, yang berarti tidak ada peserta yang merasa bahwa hashtag movement sama sekali tidak berpengaruh.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa gerakan hashtag di media sosial memainkan peran penting sebagai medium informasi dan interaksi budaya, membantu generasi muda mengenal dan memahami budaya negara-negara ASEAN melalui narasi digital yang mudah diakses dan menarik

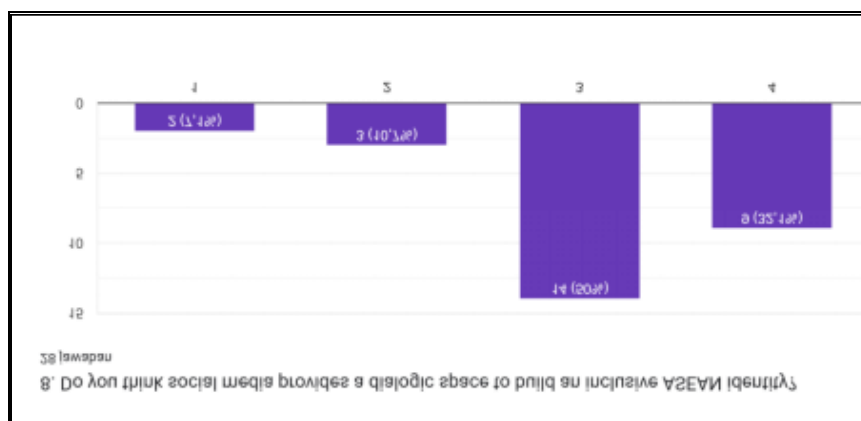
**Partisipasi Generasi Muda dalam Kampanye Digital Lintas Negara di ASEAN**



**Gambar 7.** Partisipasi Generasi Muda dalam Kampanye Digital Lintas Negara di ASEAN

Hasil survei pada Gambar 7 menunjukkan tingkat partisipasi generasi muda dalam kampanye digital lintas negara di kawasan ASEAN. Dari total 28 responden, hanya 35,7% yang pernah terlibat dalam aktivitas kolaboratif seperti acara virtual, kampanye seni, ataupun isu lingkungan berbasis digital. Sebaliknya, mayoritas responden, yaitu 64,3%, menyatakan bahwa mereka belum pernah berpartisipasi dalam kegiatan serupa. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun ruang digital menyediakan peluang besar untuk membangun jejaring dan menguatkan identitas kolektif ASEAN, tingkat partisipasi masih tergolong rendah. Minimnya keterlibatan ini dapat disebabkan oleh kurangnya informasi, keterbatasan akses terhadap program internasional, atau belum terbangunnya kesadaran mengenai pentingnya kolaborasi regional di ruang digital. Oleh karena itu, program penguatan identitas ASEAN perlu dirancang dengan strategi yang lebih inklusif, menarik, dan relevan dengan minat serta budaya digital generasi muda, misalnya melalui pemanfaatan tagar, cerita digital, dan kampanye berbasis identitas.

**Persepsi Generasi Muda terhadap Peran Media Sosial sebagai Ruang Dialogis Identitas ASEAN**

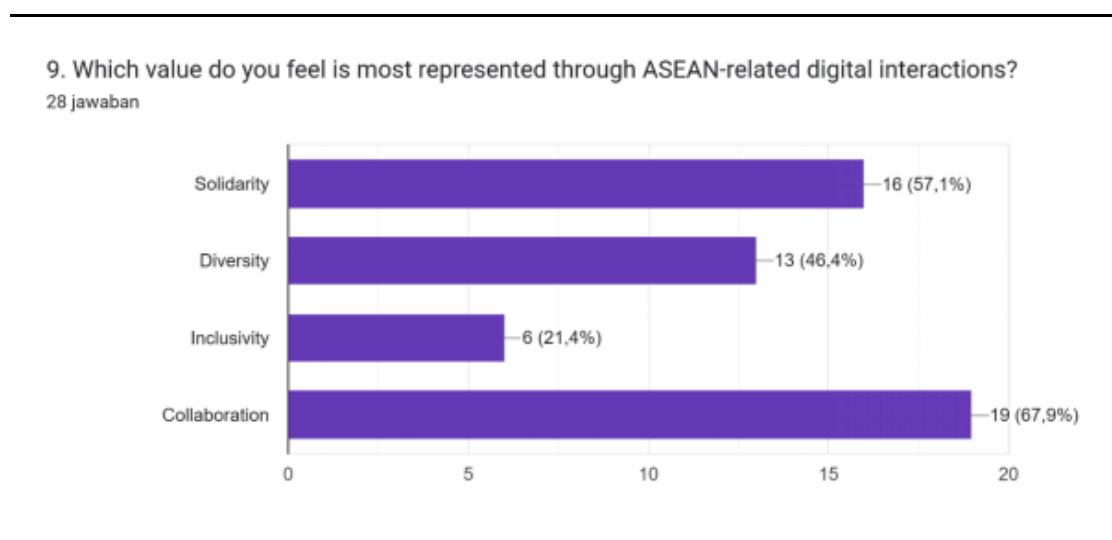


**Gambar 8.** Persepsi Generasi Muda terhadap Peran Media Sosial sebagai Ruang Dialogis Identitas ASEAN

Gambar 8 menampilkan persepsi responden mengenai sejauh mana media sosial dapat menjadi ruang dialogis untuk membangun identitas ASEAN yang inklusif. Dari 28 responden, sebagian besar memberikan penilaian positif. Sebanyak 50% responden memilih skor 3, dan 32,1% responden memberikan skor tertinggi, yaitu 4. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda memandang media sosial sebagai platform yang cukup efektif untuk memfasilitasi percakapan lintas negara, berbagi perspektif, serta membangun rasa kebersamaan sebagai bagian dari komunitas ASEAN.

Sementara itu, hanya 7,1% responden yang memberikan skor 1 dan 10,7% yang memilih skor 2, yang mengindikasikan adanya sebagian kecil generasi muda yang merasa bahwa media sosial belum sepenuhnya berfungsi sebagai ruang dialogis yang inklusif. Keraguan ini dapat disebabkan oleh keterbatasan interaksi yang terjadi secara satu arah, bias algoritma, atau kurangnya ruang aman bagi diskusi antarbudaya. Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat relevansi program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan tagar, cerita digital, dan narasi identitas. Ketiganya dapat digunakan sebagai strategi untuk memperluas ruang dialog, meningkatkan representasi suara generasi muda ASEAN, dan memperkuat rasa identitas bersama melalui interaksi yang lebih terbuka, kreatif, dan kolaboratif di media sosial. Temuan ini memperkuat konsep "digital dialogism" dari García & Tan (2022), yang menyatakan bahwa identitas kolektif berkembang melalui interaksi dan produksi narasi yang terus-menerus di ruang daring.

### Nilai-nilai ASEAN yang Terepresentasikan dalam Interaksi Digital Generasi Muda

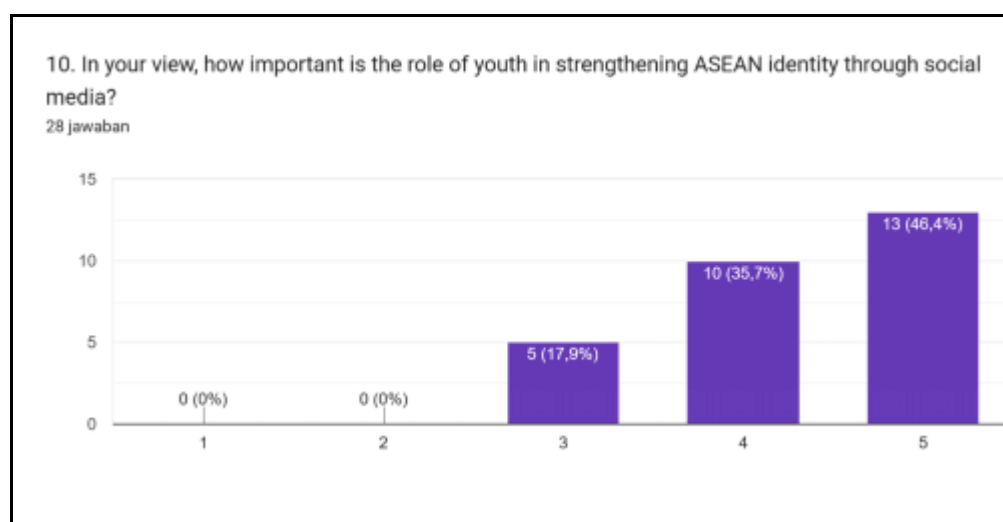


**Gambar 9.** Nilai-nilai ASEAN yang Terepresentasikan dalam Interaksi Digital Generasi Muda

Gambar 9 menunjukkan persepsi generasi muda mengenai nilai ASEAN yang paling tampak dalam interaksi digital terkait kawasan tersebut. Dari 28 responden, nilai kolaborasi muncul sebagai aspek yang paling kuat direpresentasikan, dipilih oleh 67,9% responden. Temuan ini menunjukkan bahwa ruang digital dipandang sebagai wadah yang memperkuat kerja sama lintas negara, baik melalui kampanye sosial, pertukaran informasi, maupun proyek kreatif bersama. Nilai solidaritas juga memiliki tingkat representasi yang tinggi dengan 57,1% responden. Angka ini menggambarkan bahwa interaksi digital antar pemuda ASEAN tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mengandung semangat saling mendukung, terutama dalam isu-isu regional seperti lingkungan, pendidikan, dan kemanusiaan. Sementara itu, nilai keragaman (diversity) diidentifikasi oleh 46,4% responden, menandakan bahwa media sosial masih menjadi ruang yang efektif untuk menampilkan kekayaan budaya, bahasa, dan identitas tiap negara anggota ASEAN. Namun demikian, nilai inklusivitas hanya dipilih oleh 21,4% responden, menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda belum merasakan keterlibatan yang menyeluruh atau representasi yang merata dalam percakapan digital seputar ASEAN.

Secara keseluruhan, data ini memberikan landasan penting bagi program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan tagar, cerita, dan identitas digital. Dengan memperkuat narasi kolaborasi, solidaritas, dan keragaman, serta meningkatkan ruang inklusif bagi seluruh komunitas pemuda ASEAN, media sosial dapat menjadi sarana strategis untuk membangun identitas ASEAN yang lebih kuat dan menyatu.

### **Peran Strategis Generasi Muda dalam Penguatan Identitas ASEAN melalui Media Sosial**



**Gambar 10.** Peran Strategis Generasi Muda dalam Penguatan Identitas ASEAN melalui Media Sosial

Gambar 10 mengilustrasikan pandangan responden mengenai pentingnya peran generasi muda dalam memperkuat identitas ASEAN melalui media sosial. Data menunjukkan

bahwa persepsi responden sangat positif dan cenderung kuat. Tidak ada responden yang memberikan skor rendah (1 atau 2). Sebaliknya, sebagian besar menilai peran pemuda sangat penting, dengan 46,4% responden memberikan skor tertinggi, yaitu 5. Selain itu, 35,7% responden memberikan skor 4, sedangkan 17,9% lainnya memberikan skor 3.

Mayoritas peserta menilai bahwa peran pemuda penting hingga sangat penting dalam memperkuat identitas ASEAN melalui media sosial. Hal ini menegaskan bahwa generasi muda dianggap sebagai agen perubahan digital (digital change-makers) di kawasan ASEAN.

Distribusi penilaian ini menunjukkan bahwa generasi muda dipandang sebagai aktor utama dalam pembentukan identitas ASEAN di ruang digital. Mereka dianggap memiliki kapasitas, kreativitas, dan kedekatan dengan teknologi yang memungkinkan mereka menjadi penggerak utama dalam produksi narasi positif, penyebaran informasi lintas negara, dan penguatan rasa kebersamaan di antara komunitas ASEAN. Dalam konteks program pengabdian masyarakat, hasil ini menguatkan urgensi untuk memberdayakan generasi muda melalui pemanfaatan tagar, cerita digital, dan ekspresi identitas yang inklusif sebagai strategi membangun narasi ASEAN yang lebih kuat.

Dengan memfasilitasi ruang partisipatif dan memberikan pelatihan literasi digital yang relevan, pemuda dapat berperan sebagai agen perubahan yang tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi turut memproduksi dan mendistribusikan narasi digital yang mengintegrasikan nilai kolaborasi, solidaritas, keberagaman, dan identitas kolektif ASEAN.

## **KESIMPULAN**

Hasil survei menunjukkan bahwa partisipasi generasi muda dalam kampanye digital lintas negara di ASEAN masih rendah meskipun media sosial menyediakan ruang yang luas untuk kolaborasi regional. Media sosial juga dipandang cukup efektif sebagai ruang dialogis untuk membangun identitas ASEAN, meskipun sebagian responden masih melihat adanya keterbatasan dalam inklusivitas. Nilai kolaborasi dan solidaritas tampak paling kuat dalam interaksi digital, menandakan adanya kecenderungan generasi muda untuk bekerja sama dan saling mendukung. Keragaman juga terlihat menonjol, tetapi nilai inklusivitas belum sepenuhnya dirasakan secara merata oleh semua responden. Generasi muda dipandang memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat identitas ASEAN melalui media sosial. Persepsi yang tinggi terhadap peran pemuda menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi besar sebagai agen penyebaran narasi positif dan konstruktif. Namun, rendahnya tingkat partisipasi mengindikasikan perlunya strategi yang lebih optimal untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam ruang digital regional. Pemanfaatan tagar, cerita digital, dan ekspresi identitas dianggap sebagai pendekatan efektif untuk mendorong partisipasi tersebut.

Interaksi digital yang terjadi saat ini telah menampilkan nilai-nilai inti ASEAN yang dapat menjadi fondasi bagi penguatan identitas bersama. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan perlunya program pemberdayaan digital yang terstruktur agar generasi muda dapat berperan maksimal dalam membangun identitas ASEAN yang inklusif, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Simpulan dapat bersifat generalisasi hasil pelaksanaan pengabdian sesuai permasalahan yang disajikan, dan berupa rekomendasi untuk langkah selanjutnya. Di dalam simpulan dapat menjelaskan saran-saran berupa masukan, dan rekomendasi implikatif dari hasil pelaksanaan pengabdian.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universiti Putra Malaysia (UPM) atas kerja sama yang terjalin dengan baik dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. Berkat dukungan dan kolaborasi UPM, kegiatan pengabdian masyarakat tingkat internasional ini dapat terselenggara secara lancar dan sukses.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arora, P., & Kirschner, P. (2023). Youth, social media, and civic engagement: Rethinking participation in the digital age. *Learning, Media and Technology*, 48(1), 1–15.
- ASEAN. (2021). ASEAN Youth Development Index. ASEAN Secretariat.
- ASEAN Secretariat. (2023). ASEAN Identity: Now and Beyond.
- Budu, E., Boateng, R., & Mbrokoh, E. (2022). Creating digital identities: Social media affordances and youth participation in online communities. *International Journal of Communication*, 16, 2243–2262.
- Charles, A., Thomas, P., & Maynard, D. (2020). Social media hashtags and the construction of collective identity. *Journal of Digital Culture*, 12(3), 45–60.
- Cunsolo Willox, A., Harper, S., & Edge, V. (2013). Storytelling in community-based research: Empowering youth voices through digital narratives. *Qualitative Social Research*, 14(2), 1–20.
- Dinh, T. P., & Nguyen, T. H. (2022). Social media engagement and regional identity among ASEAN youth. *Asia Pacific Media Educator*, 32(1), 36–50.
- Kemenpora RI. (2024). Strategi Pemberdayaan Pemuda ASEAN Pasca-2025.
- Kurniawati, N. (2021). Collaborative hashtag activism in Southeast Asia: Youth networks and regional solidarity online. *Journal of Contemporary Southeast Asia Studies*, 13(2), 112–129.

Leaño-Rafanan, J. (2023). On building ASEAN's regional identity. *Journal of Southeast Asian Studies*, 54(1), 112–129.

Rahman, F., & Mulyadi, A. (2023). Media exposure and youth identity crisis in the digital era. *Journal of Media Studies*, 9(2), 77–89.

Riyanto, R. (2023). Digital literacy and youth engagement in online communities. *Jurnal Literasi Digital Indonesia*, 5(1), 34–49.

Saberi, D., & Poland, B. (2022). Hashtag engagement and community building: Reimagining digital spaces for youth identity formation. *New Media & Society*, 24(7), 1583–1599.

Sari, N., & Wijaya, B. (2022). Digital identity construction among Southeast Asian youth. *Asian Journal of Communication*, 32(4), 381–397.

