



STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF DALAM PENINGKATAN PEMAHAMAN WAWASAN KEBANGSAAN GENERASI Z MELALUI PROGRAM INDONESIA'S NEXT LEADERS

Wahdana Salsabila, Muhammad Rahmani Akbar, Muhammad Akbar

Dzhafirin

Universitas Terbuka.

051091887@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:

*Wawasan
Kebangsaan,
Generasi Z,
Strategi
Komunikasi
Kreatif,
Nasionalisme
Digital,
Indonesia's
Next Leaders.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program Indonesia's Next Leaders dalam meningkatkan pemahaman wawasan kebangsaan di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap peserta, penyelenggara, dan narasumber ahli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman wawasan kebangsaan peserta dari sekadar teori menjadi kesadaran sikap dan aksi nyata. Strategi komunikasi kreatif yang diterapkan, seperti pemanfaatan media sosial, podcast, kampanye digital, serta kegiatan luring, terbukti efektif dalam menjangkau karakteristik generasi digital. Selain itu, program ini juga memunculkan perubahan positif dalam sikap sosial peserta serta memotivasi mereka untuk terlibat aktif dalam kegiatan kebangsaan di lingkungan sekitarnya. Penelitian ini memperkuat urgensi pendekatan partisipatif dan kontekstual dalam pendidikan kebangsaan era digital.

Abstract

Keywords:
*National
Insight,
Generation Z,
Creative
Communication
Strategy,
Digital
Nationalism,
Indonesia's
Next Leaders.*

This research aims to analyze the effectiveness of the Indonesia's Next Leaders program in increasing understanding of national insight among Generation Z. This research uses a qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews with participants, organizers and expert sources. The research results show that this program succeeded in increasing the participants' understanding of national insight from mere theory to awareness of attitudes and real actions. The creative communication strategies implemented, such as the use of social media, podcasts, digital campaigns and offline activities, have proven effective in reaching the characteristics of the digital generation. Apart from that, this program also brings about positive changes in participants' social attitudes and motivates them to be actively involved in national activities in their surrounding environment. This research strengthens the urgency of a participatory and contextual approach in digital era national education.

A. PENDAHULUAN

Dalam lima tahun terakhir, Indonesia dihadapkan pada persoalan serius yang berkaitan dengan degradasi moral dan identitas nasional generasi muda. Fenomena ini ditandai dengan menurunnya rasa nasionalisme, patriotisme, serta cinta tanah air di kalangan remaja, khususnya mereka yang tergolong dalam Generasi Z, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini tumbuh dan berkembang dalam ekosistem digital yang begitu cepat dan kompleks. Akses terhadap informasi global yang nyaris tak terbatas membuat mereka lebih terbuka terhadap pemikiran-pemikiran modern, namun sekaligus juga rentan terhadap krisis identitas nasional apabila tidak dibekali dengan wawasan kebangsaan yang memadai.

Indikasi dari lemahnya pemahaman terhadap nilai-nilai kebangsaan dapat dilihat dari meningkatnya ujaran kebencian, penyebaran berita bohong (hoaks), intoleransi berbasis agama dan suku, serta minimnya partisipasi pemuda dalam kegiatan sosial dan kemasyarakatan yang bersifat nasionalis. Kondisi ini menunjukkan terjadinya pelemahan kesadaran kolektif mengenai pentingnya persatuan, toleransi, serta tanggung jawab sebagai warga negara. Padahal, generasi mudalah yang akan menjadi penentu arah masa depan bangsa dalam menyongsong Indonesia Emas 2045.

Permasalahan ini tidak bisa dilepaskan dari konteks globalisasi dan digitalisasi yang membawa arus besar perubahan budaya. Generasi Z mengonsumsi konten digital dari berbagai belahan dunia, yang tidak semuanya mengandung nilai-nilai positif. Jika mereka tidak memiliki fondasi wawasan kebangsaan yang kuat, maka arus global ini bisa mengikis rasa kebangsaan secara perlahan namun pasti. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis yang bersifat edukatif, komunikatif, dan adaptif, agar nilai-nilai kebangsaan tetap hidup dan membumbui dalam kehidupan generasi muda.

Mengacu pada pandangan Arfa'i dalam bukunya *Negara Hukum Pancasila* (2023), wawasan kebangsaan dipahami sebagai cara pandang bangsa Indonesia mengenai diri dan lingkungannya yang mengedepankan kesatuan wilayah serta menjunjung tinggi nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wawasan

kebangsaan terdiri atas dua kata, yakni “wawasan” yang berarti pandangan atau penglihatan secara menyeluruh, dan “kebangsaan” yang merujuk pada segala hal yang berkaitan dengan bangsa. Dengan demikian, wawasan kebangsaan mengacu pada pandangan yang utuh dan menyeluruh tentang kehidupan berbangsa dan bernegara.

Hery Susanto (2023), anggota Ombudsman Republik Indonesia, menekankan bahwa pemahaman wawasan kebangsaan penting untuk mengantisipasi lunturnya rasa bangga terhadap bangsa Indonesia, menurunnya keteladanan pemimpin, dan suburnya praktik-praktik negatif seperti korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN). Ia juga menyatakan bahwa wawasan kebangsaan dapat mengurangi resistensi terhadap kebijakan publik yang kurang adil dan mencegah perpecahan bangsa yang dipicu oleh derasnya arus globalisasi, kemajuan teknologi, serta radikalisme ideologi yang menyusup ke ruang digital.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemahaman wawasan kebangsaan bukan hanya penting, tetapi mendesak untuk ditanamkan pada generasi muda. Terutama Generasi Z, yang meski dikenal cerdas dan kreatif, namun belum tentu memiliki orientasi kebangsaan yang kuat.

Dibutuhkan pendekatan yang relevan dengan cara berpikir dan berkomunikasi mereka, yaitu pendekatan yang bersifat digital, visual, kolaboratif, dan interaktif. Dengan demikian, pendidikan kebangsaan yang dulunya identik dengan narasi satu arah dan pembelajaran teoritis, kini harus direformulasi menjadi bentuk yang lebih segar dan menarik.

Salah satu pendekatan yang dinilai paling efektif dalam menjawab tantangan ini adalah melalui strategi komunikasi kreatif. Komunikasi kreatif tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk pengalaman belajar yang menyenangkan, membangkitkan emosi, dan melibatkan audiens secara aktif. Strategi ini memadukan berbagai bentuk media—baik konvensional maupun digital—with teknik komunikasi yang menarik seperti storytelling, visualisasi, gamifikasi, serta penggunaan simbol dan bahasa yang dekat dengan keseharian Generasi Z.

Komunikasi kreatif juga mengedepankan fleksibilitas dan partisipasi. Generasi Z tidak hanya ingin menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten. Mereka senang ketika dilibatkan, diberi ruang untuk berpendapat, dan diposisikan sebagai aktor perubahan. Oleh karena itu, program-program pendidikan kebangsaan yang ingin menyasar generasi ini harus memberikan ruang partisipatif seluas mungkin, memanfaatkan kanal media sosial, serta menghadirkan narasumber atau fasilitator yang berasal dari kalangan muda yang mereka kagumi atau anggap setara.

Menjawab kebutuhan tersebut, hadir sebuah inisiatif inovatif bernama Indonesia's Next Leaders (INLEAD), yaitu sebuah program edukatif yang dirancang khusus untuk meningkatkan pemahaman wawasan kebangsaan di kalangan Generasi Z melalui pendekatan komunikasi kreatif. Program ini mencakup berbagai kegiatan seperti seminar, webinar, podcast, lomba kuis wawasan kebangsaan, serta kampanye media sosial bertema nasionalisme dan patriotisme. Keunikan dari program ini terletak pada format penyampaian yang berbasis digital dan kekinian, pemilihan narasumber muda yang relevan, serta pendekatan edukasi yang tidak kaku, melainkan interaktif dan menyenangkan.

INLEAD juga memadukan pembelajaran daring dan luring, sehingga menjangkau peserta dari berbagai wilayah Indonesia. Kegiatan seperti kampanye edukatif di media sosial dan tantangan kreatif mendorong peserta untuk aktif memproduksi konten yang membumikan nilai-nilai kebangsaan. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mendorong pembentukan sikap dan perilaku yang nasionalis.

Melalui Indonesia's Next Leaders, peserta diajak memahami bahwa wawasan kebangsaan bukanlah konsep abstrak atau sekadar hafalan pelajaran PPKn, melainkan panduan hidup berbangsa yang harus diterapkan dalam sikap dan tindakan sehari-hari. Program ini dirancang agar Generasi Z bisa melihat nilai-nilai seperti Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, dan gotong royong bukan sebagai slogan kosong, tetapi sebagai prinsip hidup yang relevan dengan era digital dan pluralisme masyarakat saat ini.

Mengingat tantangan bangsa yang semakin kompleks, serta posisi

strategis Generasi Z sebagai calon pemimpin masa depan, maka inisiatif seperti INLEAD perlu terus dikembangkan dan direplikasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi komunikasi kreatif dalam program Indonesia's Next Leaders mampu meningkatkan pemahaman wawasan kebangsaan di kalangan generasi muda. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan model pendidikan kebangsaan yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya jangkau luas.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam (in-depth interview). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi kreatif yang diterapkan dalam program Indonesia's Next Leaders berperan dalam meningkatkan pemahaman wawasan kebangsaan pada Generasi Z. Objek penelitian adalah program Indonesia's Next Leaders yang mencakup berbagai bentuk kegiatan seperti seminar, webinar, podcast, kampanye edukatif, dan eksperimen sosial. Pengumpulan data dilakukan secara hybrid, yaitu secara luring di beberapa lokasi seperti Pesantren Modern Darul Muttaqien (Tangerang) dan Gelora Bung Karno (Jakarta), serta secara daring melalui platform Zoom dan media digital seperti Spotify.

Penelitian ini berlangsung selama bulan Mei hingga Juni 2025, bertepatan dengan pelaksanaan dan pasca kegiatan Indonesia's Next Leaders. Alat yang digunakan meliputi perangkat perekam, aplikasi Zoom, Google Form, serta alat dokumentasi visual. Bahan yang digunakan antara lain panduan wawancara, daftar pertanyaan sesuai kategori informan, dan dokumentasi kegiatan. Informan dalam penelitian ini dibagi ke dalam tiga kelompok utama, yaitu peserta program, pengurus atau pelaksana program, serta narasumber ahli dan dosen pembimbing. Peserta dipilih secara purposif berdasarkan keaktifan dan keberagaman latar belakang, dengan tujuan menggali pemahaman mereka terhadap wawasan kebangsaan dan persepsi atas efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Sementara itu, wawancara dengan penyelenggara program bertujuan menggali latar belakang, strategi komunikasi,

serta evaluasi pelaksanaan. Wawancara dengan narasumber ahli dilakukan untuk mendapatkan pandangan teoretis dan praktis mengenai komunikasi kreatif dan wawasan kebangsaan di kalangan generasi muda.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema-tema utama yang muncul, seperti pemahaman wawasan kebangsaan, efektivitas strategi komunikasi, media komunikasi paling berdampak, serta rekomendasi pengembangan program.

Langkah-langkah analisis mencakup transkripsi data wawancara, serta penarikan kesimpulan yang diinterpretasikan berdasarkan keterkaitan antara data lapangan, tujuan penelitian, dan teori yang relevan.

Prosedur penelitian meliputi penyusunan instrumen wawancara, penentuan narasumber menggunakan teknik purposive sampling, pelaksanaan wawancara daring maupun luring, analisis data tematik, hingga penyusunan kesimpulan yang didasarkan pada hasil temuan dan kerangka teori dalam kajian pustaka.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

C.1. Strategi Komunikasi Kreatif yang Adaptif terhadap Karakteristik Generasi Z

Program *Indonesia's Next Leaders* (INLEAD) berhasil menerapkan strategi komunikasi kreatif yang sangat relevan dengan karakteristik Generasi Z, yakni generasi yang tumbuh di era digital dengan preferensi tinggi terhadap komunikasi visual, interaktif, dan personal. INLEAD menggunakan pendekatan multiplatform, termasuk Instagram, TikTok, YouTube, Spotify (podcast), serta forum diskusi daring. Media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebarluasan informasi, tetapi juga ruang interaksi dan produksi makna bersama antar peserta.

Hasil wawancara dengan peserta menunjukkan bahwa penggunaan media visual, seperti video berdurasi singkat, infografis, dan konten naratif, memudahkan mereka memahami dan menyerap nilai-nilai kebangsaan. Peserta putra, Muhammad Akbar, menyatakan:

“Materi yang biasanya membosankan di sekolah jadi terasa dekat karena disampaikan lewat video, kuis, dan tantangan yang seru.”

Sementara itu, peserta putri, Siti Himamus Sholihah, mengakui:

“Saya jadi lebih paham karena materinya visual, pendek, dan dikaitkan langsung dengan kehidupan kita sehari-hari”

Pernyataan ini sejalan dengan temuan Nurfauziyanti et al. (2023), yang menekankan pentingnya integrasi literasi digital dalam pendidikan kebangsaan untuk menciptakan pemahaman yang reflektif dan kontekstual.

Penyesuaian format konten dengan algoritma media sosial, seperti video pendek 60 detik dengan transisi cepat dan latar populer di TikTok, juga memperkuat penyampaian pesan. Hal ini mendukung teori

McLuhan (2022) bahwa media yang digunakan bukan sekadar saluran informasi, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap bentuk dan efektivitas pesan itu sendiri.

C.2. Pemanfaatan Tokoh Muda dan Micro-Influencer sebagai Role Model

INLEAD menampilkan figur muda inspiratif dari berbagai latar belakang—aktivis, pelajar, mahasiswa berprestasi, hingga content creator—yang menyuarakan nilai-nilai nasionalisme melalui media sosial dan kegiatan daring. Pendekatan ini menciptakan efek *relatability* dan *proximity* karena pesan kebangsaan disampaikan oleh figur yang dianggap “sezaman” dan relevan dengan kehidupan Gen Z.

Narasumber ahli menjelaskan:

“Peser dari tokoh yang dianggap ‘sebaya’ atau ‘satu zaman’ jauh lebih kuat diterima dibanding ceramah dari orang tua. Anak muda lebih mendengar sesamanya.”

Peserta putri, Anita, turut menegaskan dampak ini:

“Podcast dan sesi dengan pembicara muda bikin saya merasa, ‘wah, ternyata anak muda juga bisa berkontribusi besar untuk bangsa.’”

Hal ini diperkuat oleh Martian et al. (2024), yang menyatakan bahwa narasi dari tokoh muda yang otentik memiliki daya pengaruh lebih besar dalam membentuk identitas nasional generasi Z.

C.3. Strategi Interaktif dan Gamifikasi dalam Meningkatkan Keterlibatan

Salah satu kekuatan utama strategi komunikasi INLEAD adalah penerapan prinsip *experiential learning* dan komunikasi dua arah. Program ini tidak hanya memberikan materi, tetapi juga menyediakan ruang partisipasi aktif bagi peserta. Melalui kuis wawasan kebangsaan, tantangan kampanye di media sosial (#GenZBersatu, #NextLeaderTalks), dan leaderboard interaktif, peserta terdorong untuk berinteraksi, berkreasi, dan menyuarakan pesan kebangsaan dalam gaya mereka sendiri.

Muhammad Alfatan Arrafi menyampaikan:

“Saya ikut merancang kampanye cinta tanah air di sekolah, seperti membuat konten positif tentang Indonesia dan mengajak teman-teman ikut kuis kebangsaan.”

Suciana, peserta putri, menambahkan:

“Kampanye lapangan mengasah keberanian saya menyuarakan nilai kebangsaan langsung ke masyarakat.”

Kegiatan ini mencerminkan penerapan komunikasi partisipatif sebagaimana dikemukakan Rogers & Kincaid (1981), yang menekankan pentingnya pertukaran makna timbal balik dalam proses komunikasi. Selain itu, studi Putri & Yuliana (2022) menunjukkan bahwa partisipasi aktif dalam kegiatan berbasis nilai kebangsaan secara signifikan meningkatkan internalisasi nilai-nilai tersebut di kalangan pelajar dan mahasiswa.

C.4. Perubahan Perilaku Sosial dan Aksi Nyata sebagai



Indikator Keberhasilan

Program INLEAD tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan pemahaman wawasan kebangsaan secara kognitif, tetapi juga menumbuhkan perubahan pada aspek afektif dan konatif. Wawancara dengan peserta menunjukkan bahwa mereka menjadi lebih toleran, menghargai keberagaman, serta bijak dalam menggunakan media sosial. Beberapa peserta bahkan tergerak untuk menginisiasi kegiatan komunitas seperti kampanye cinta tanah air di sekolah, diskusi kebangsaan di kampus, hingga aksi sosial berbasis gotong royong.

Fathir Permana mengungkapkan:

“Saya mulai dari hal kecil: bersikap jujur, menghargai perbedaan, tidak menyebar hoaks, dan menjaga nama baik sekolah.”

Muhammad Akbar Adillah menambahkan:

“Saya merasa punya tanggung jawab sosial. Biasanya cuek, sekarang jadi lebih peka kalau ada yang butuh bantuan.”

Narasumber ahli menyimpulkan bahwa:

“Perubahan perilaku sosial inilah bukti paling kuat bahwa strategi komunikasi yang dilakukan telah menyentuh bukan hanya pikiran, tetapi hati.”

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitriani & Wahyudi (2020) yang menyatakan bahwa partisipasi aktif dalam program berbasis nilai-nilai kebangsaan mendorong penguatan identitas nasional dan kesadaran sosial. Tantangan dan Penyesuaian terhadap Realitas Sosial

Meski strategi komunikasi INLEAD menunjukkan efektivitas tinggi, terdapat sejumlah tantangan yang perlu dicermati. Salah satunya adalah kesenjangan akses digital di beberapa wilayah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar), yang membatasi partisipasi penuh. Selain itu, preferensi sebagian Gen Z terhadap konten hiburan semata menjadi hambatan dalam menjangkau segmen yang kurang tertarik pada tema kebangsaan.

Untuk menjawab tantangan ini, penyelenggara menerapkan

pendekatan hybrid—memadukan sesi daring dengan kegiatan luring, serta menyediakan materi dalam format offline. Strategi fleksibel ini memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi kebangsaan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan beradaptasi terhadap kondisi sosiokultural dan teknologi audiens.

C.5. Kolaborasi dan Ekosistem Komunikasi Kebangsaan

Keberhasilan strategi komunikasi INLEAD tidak lepas dari kolaborasi yang terbangun antara komunitas, narasumber, fasilitator muda, dan peserta itu sendiri. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi kebangsaan akan lebih berdampak bila tidak hanya disampaikan oleh lembaga formal, tetapi dikelola dalam format komunitas yang terbuka, partisipatif, dan berbasis empati.

Sebagaimana disarankan oleh narasumber ahli,

Narasumber menyarankan:

“Pemerintah jangan dominan, lembaga pendidikan terbuka pada metode baru, dan komunitas diberdayakan sebagai penghubung ide dan realitas.”

Peserta, baik putra maupun putri, merasa dilibatkan sebagai bagian dari komunitas kebangsaan:

“Program ini bukan sekadar seminar, tapi ruang untuk berkontribusi bareng teman-teman dari berbagai daerah. Rasanya kayak gerakan nyata.” – Muhammad Fakhreza Hakim

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi kreatif yang diterapkan dalam program *Indonesia's Next Leaders* (INLEAD) secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman wawasan kebangsaan di kalangan Generasi Z. Pendekatan komunikasi yang digunakan oleh komunitas INLEAD terbukti efektif karena berhasil menyelaraskan pesan kebangsaan dengan karakteristik serta preferensi media Generasi Z yang cenderung visual, digital, dan partisipatif.

Strategi utama yang diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial sebagai kanal utama penyampaian pesan, penggunaan narasi personal melalui tokoh muda yang inspiratif dan relatable, pengemasan pesan dalam bentuk storytelling visual, serta penyelenggaraan kegiatan interaktif seperti kuis kebangsaan, tantangan digital, dan diskusi daring. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan aspek kognitif dalam memahami nilai-nilai kebangsaan, tetapi juga menyentuh ranah afektif dan konatif peserta, yang tercermin dari perubahan sikap sosial, peningkatan empati, toleransi, serta kemauan untuk terlibat dalam aksi nyata.

Program ini juga berhasil menciptakan ruang partisipasi aktif yang memungkinkan peserta untuk menjadi bukan hanya penerima pesan, melainkan juga produsen nilai-nilai kebangsaan melalui konten digital yang mereka buat dan sebarkan. Dengan demikian, INLEAD telah menunjukkan bahwa komunikasi kebangsaan dapat dikembangkan secara inovatif melalui ekosistem yang mengedepankan kreativitas, kolaborasi, dan adaptasi terhadap budaya digital.

Kesimpulan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi kreatif yang dirancang secara partisipatif dan kontekstual adalah kunci dalam membangun pemahaman kebangsaan yang relevan, hidup, dan berdampak nyata bagi generasi muda. Strategi ini layak dijadikan model komunikasi kebangsaan alternatif di era disrupsi informasi, baik oleh komunitas, lembaga pendidikan, maupun pemerintah.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Terbuka Jakarta, khususnya kepada dosen pembimbing dan seluruh sivitas akademika yang telah memberikan dukungan moral, akademik, dan administratif dalam seluruh proses pelaksanaan kegiatan penelitian ini. Dukungan yang diberikan tidak hanya berupa fasilitas, tetapi juga bimbingan ilmiah yang sangat membantu penulis dalam menyusun, mengembangkan, serta menyempurnakan penelitian ini hingga menjadi sebuah karya ilmiah yang utuh.

Ucapan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada penyelenggara Program Indonesia's Next Leaders, yang telah memberikan izin, ruang kolaborasi, serta kesempatan luas kepada penulis untuk melakukan observasi langsung dan wawancara secara mendalam. Tanpa keterbukaan dan dukungan dari pihak penyelenggara, penulis tidak akan memperoleh pemahaman yang komprehensif terkait strategi komunikasi kreatif yang menjadi inti dari penelitian ini.

Selanjutnya, penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh narasumber, peserta program, dan para tokoh muda yang telah bersedia meluangkan waktu, pemikiran, serta pengalaman mereka dalam sesi wawancara. Kontribusi informasi dan perspektif yang diberikan sangat bernilai dalam memperkaya analisis, memperdalam pembahasan, dan memperkuat validitas temuan penelitian.

Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan artikel ini. Semoga segala dukungan, kebaikan, dan bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

F. KONTRIBUSI PENULIS

Penulis satu berkontribusi dalam melakukan pengumpulan data lapangan, membantu proses transkip data dan melakukan analisis tematik berdasarkan hasil wawancara. Penulis dua berkontribusi dalam merancang instrumen wawancara dan menyusun naskah artikel. Penulis tiga berkontribusi dalam dokumentasi kegiatan dan penyusunan lampiran visual. Penulis empat (Pembimbing) berkontribusi dalam pemberian arahan riset, validasi desain metode, dan pengarahan dalam penyempurnaan naskah artikel secara keseluruhan

G. DAFTAR PUSTAKA

- Arfa'i, A. (2023). Negara Hukum Pancasila. Jakarta: Penerbit Nasional.
- Fitriani, A. and Wahyudi, R. (2020). ‘Pengaruh program sosial terhadap nasionalisme siswa’, *Jurnal Pendidikan Sosial*, 12(1), pp. 45–57.
- Hidayat, A. and Nurjanah, N. (2021). ‘Pendidikan kebangsaan digital di era disruptif’, *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 9(2), pp. 101–112.
- Martian, F., Putra, G. and Salsabila, N. (2024). ‘Konstruksi nasionalisme generasi Z di era media digital’, *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 8(1), pp. 12–25.
- McLuhan, M. (2022). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: Gingko Press. (Reprint, original work published 1964).
- Nasrullah, R. (2022). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Nurfauziyanti, F., Cahyani, D. and Wijaya, H. (2023). ‘Literasi digital dan wawasan kebangsaan mahasiswa’, *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 17(1), pp. 70–82.
- Putri, D.A. and Yuliana, E. (2022). ‘Strategi experiential learning dalam pendidikan kebangsaan’, *Jurnal Pendidikan Karakter*, 13(2), pp. 154–167.
- Rogers, E.M. and Kincaid, D.L. (1981). *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*. New York: The Free Press.
- Susanto, H. (2023). ‘Wawasan kebangsaan untuk mencegah disintegrasi bangsa’, Ombudsman RI, 10 Maret. Tersedia di: <https://ombudsman.go.id/artikel/wawasan-kebangsaan> [Diakses 30 Mei 2025].