

## PENERAPAN KAMPANYE SOSIAL "MAKIN CAKAP PIKIR" UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS PADA GENERASI MUDA DI INDONESIA MELALUI PLATFORM CAMPAIGN

Dalilah Nabilah<sup>1\*</sup>, Risqi Firdaus Setiawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia  
email: [dalilahnabilah@gmail.com](mailto:dalilahnabilah@gmail.com)

**Abstrak:** Generasi muda dapat diartikan sebagai harapan bangsa yang akan menguasai pembangunan negara di masa yang akan datang. Pada era informasi dan teknologi yang sedang berkembang pesat ini, kemampuan dalam berpikir kritis sudah menjadi kemampuan yang harus dimiliki oleh pada generasi muda di Indonesia. Berpikir kritis adalah suatu kemampuan untuk berpikir dengan rasional dan tertata yang bertujuan untuk memahami hubungan antara ide atau fakta. Dengan demikian perlu adanya sebuah inisiasi yang dapat menggerakkan para generasi muda Indonesia untuk mulai mengasah kemampuan pola pikir kritis mereka. Hal tersebut dapat berupa sebuah kampanye sosial. Kampanye saat ini memiliki eksistensi yang tinggi, khususnya kampanye misi sosial. Kampanye sosial sendiri adalah sebuah proses untuk mengomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Oleh karena itu kampanye sosial Makin Cakap Pikir hadir untuk membantu para generasi muda Indonesia mengasah kemampuan berpikir kritis mereka disertai dengan keberaniannya untuk berpendapat. Penerapan kampanye ini dilakukan pada platform Campaign yang mana platform ini dapat menghubungkan organisasi dan komunitas sosial dengan anak muda untuk mengambil aksi maupun melakukan edukasi tentang isu sosial tertentu.

**Kata Kunci:** Generasi Muda; Berpikir Kritis; Kampanye Sosial

**Abstract:** *The younger generation can be interpreted as the nation's hope that will dominate the country's development in the future. In this rapidly developing era of information and technology, the ability to think critically has become a skill that must be possessed by the younger generation in Indonesia. Critical thinking is the ability to think rationally and regularly with the aim of understanding the relationship between ideas or facts. For this reason, it is necessary to have initiatives that can move Indonesia's young generation to start honing their critical thinking skills. This can be in the form of a social campaign. Campaigns currently have a high existence, especially social mission campaigns. Social campaign itself is a process to communicate messages that contain social issues. Therefore, the Makin Cakap Pikir social campaign is here to help Indonesia's younger generation hone their critical thinking skills along with the courage to express their opinions. The implementation of this campaign is carried out on a campaign platform where this platform can connect organizations and social communities with young people to take action or conduct education about certain social issues.*

**Keywords:** *Young generation; Critical thinking; Social Campaign*

**How to Cite:** Nabilah, D., Setiawan, R. F. 2023. Penerapan Kampanye Sosial "Makin Cakap Pikir" untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis pada Generasi Muda di Indonesia melalui Platform Campaign. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 146-153, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.491>

### Pendahuluan

Generasi muda merupakan konsep-konsep yang selalu dikaitkan dengan masalah nilai. Di dalam masyarakat generasi muda merupakan suatu identitas yang potensial sebagai penerus cita-cita perjuangan dan sumber insani bagi pembangunan bangsa. Dengan demikian, generasi muda dapat diartikan sebagai harapan bangsa yang akan menguasai pembangunan negara di masa yang akan datang. Generasi muda juga disebut sebagai generasi penerus dari generasi

sebelumnya. Anggapan itu merupakan beban moral yang ditanggung bagi generasi muda untuk memenuhi tanggung jawab yang diberikan oleh generasi sebelumnya. Selain memikul beban tersebut, generasi muda juga dihadapkan dengan persoalan-persoalan lain. Diantaranya adalah generasi muda yang memiliki karakter takut berpendapat, rendahnya kemampuan berpikir kritis dan masih banyak lagi. Seringkali generasi muda dibenturkan dengan "nilai" yang telah ada jika mereka berkelakuan di luar nilai tersebut (Nurmalisa, 2017). Dengan demikian munculah permasalahan yang sering dihadapi oleh para generasi muda saat ini.

Masalah generasi muda yang terjadi umumnya karena nilai-nilai dalam kehidupan sosial yang mereka alami sedari kecil. Pada saat itu setiap orang masih dalam proses pertumbuhan serta perkembangan karakter sehingga dibutuhkan nilai-nilai positif yang nantinya akan mempengaruhi pembentukan karakter di masa yang akan datang. Oleh karena itu, hingga saat ini masih terdapat generasi muda yang masih belum memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri. Hal ini mengakibatkan generasi muda menjadi kurang percaya diri dan tidak berani mengutarakan pendapatnya. Generasi muda yang memiliki masalah tersebut cenderung takut akan penilaian orang lain terhadap dirinya, sehingga ia tidak mempunyai keberanian untuk berpendapat. Padahal keberanian untuk berpendapat adalah salah satu faktor pendorong untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis. Akibatnya generasi muda saat ini masih banyak yang kurang dalam mengasah *soft skill* dan *hard skill* mereka. Khususnya kemampuan dalam berpikir kritis yang sangat dibutuhkan pada era 4.0 atau era teknologi ini (Wardani *et al.*, 2021).

Berpikir kritis adalah salah satu kemampuan yang wajib dimiliki oleh semua orang. Berpikir kritis menjadi salah satu *soft skill* yang diperlukan dalam meningkatkan karir dan kepemimpinan dalam sebuah organisasi. Seorang yang berpikir kritis seringkali memiliki manfaat terhadap kepemimpinannya yang sukses. Siswono (2016) berpendapat bahwa berpikir kritis merupakan proses yang dinamis yang dapat dilukiskan menurut proses atau jalannya. Berpikir kritis adalah cara berpikir manusia untuk merespon seseorang dengan menganalisis fakta untuk membentuk penilaian. Subjeknya kompleks, dan ada beberapa definisi yang berbeda mengenai konsep ini, yang umumnya mencakup analisis rasional, skeptis, tidak bias, atau evaluasi bukti factual (Ahmatika, 2017). Berpikir kritis juga berarti suatu kemampuan untuk berpikir dengan rasional dan tertata yang bertujuan untuk memahami hubungan antara ide atau fakta. Berpikir kritis tidak terlepas dari kemampuan berpikir dengan jernih dan rasional mengenai apa yang harus dilakukan atau apa yang harus dipercayai. Proses di mana harus membuat penilaian yang rasional, logis, sistematis, dan dipikirkan secara matang adalah proses dalam berpikir kritis (Syafitri *et al.*, 2021).

Dengan demikian perlu adanya sebuah inisiasi yang dapat menggerakkan para generasi muda Indonesia untuk mulai mengasah kemampuan pola pikir kritis mereka. Terdapat banyak kegiatan yang dapat menjadi salah satu faktor penggerak bagi para generasi muda untuk mulai mengasah keterampilan mereka. Salah satunya adalah mengikuti sebuah kampanye (Illene *et al.*, 2019). Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Pangestu (2019) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada

sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

Kampanye saat ini memiliki eksistensi yang tinggi, khususnya kampanye misi sosial. Kampanye sosial adalah proses untuk mengomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Tujuan umum dari kampanye sosial sendiri adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala sosial yang sedang terjadi. Kampanye sosial dikatakan sebuah proses dan serangkaian tindakan komunikasi terencana maka diperlukan strategi yang tepat untuk dapat menyampaikan pesan secara efektif terhadap target sasaran (Hasiholan *et al.*, 2020). Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kampanye sosial adalah serangkaian proses komunikasi terencana bersifat non-komersil dalam kurun waktu tertentu yang berisi pesan tentang masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Hasil kampanye dapat berupa keterlibatan masyarakat dalam proses mengubah perilaku mereka hingga merubah norma-norma sosial (Arianto, 2021).

Oleh karena itu, kampanye sosial "Makin Cakap Pikir" diinisiasi dengan harapan dapat menyediakan kesempatan bagi para generasi muda untuk mewujudkan kemampuan berpikir kritis dengan keberaniannya untuk berpendapat. Dengan menggunakan *social action platform* yaitu Campaign.com #ForChange, diharapkan kampanye ini dapat banyak menjangkau para generasi muda dari seluruh pelosok Indonesia. Campaign.com #ForChange sendiri adalah sebuah *startup* sosial berupa platform sebagai media untuk peluncuran aksi sosial yang menyediakan ruang aman dan berdedikasi bagi penyelenggara kampanye untuk mendorong pendukung mereka melakukan aksi sosial dan membuka donasi dari sponsor sehingga dapat mengembangkan kebiasaan sosial baru dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam aplikasi Campaign.com #ForChange, Kampanye sosial Makin Cakap Pikir ini memiliki pesan yang ingin disampaikan. Pesan tersebut yaitu menginformasikan kepada target sasaran yaitu generasi muda mengenai pola berpikir kritis secara mendalam karena dirasa masih terdapat banyak generasi muda yang belum memahami sepenuhnya mengenai pentingnya mengasah kemampuan pola berpikir kritis, khususnya pada era informasi dan teknologi yang terus berkembang ini. Kampanye ini juga memiliki tujuan untuk mewujudkan penerus bangsa Indonesia yang cakap berpikir kritis dengan berani berpendapat tanpa takut akan pendapatnya dinilai salah oleh orang lain. Kampanye ini diharapkan akan membantu para generasi muda untuk berani menunjukkan potensinya dalam berpikir kritis dan dapat dengan berani mengutarakan opininya secara kritis dan mendalam serta menerapkannya pada kehidupan sehari-hari.

## **Metode**

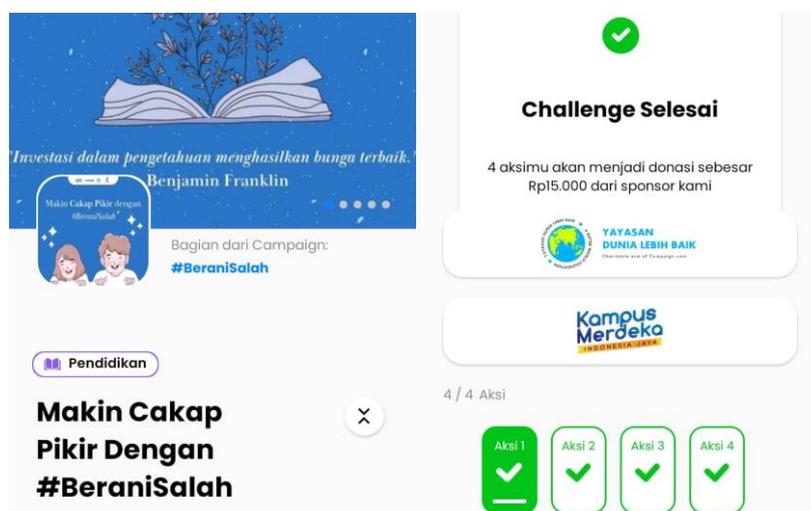
Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penerapan kampanye sosial Makin Cakap Pikir pada platform Campaign ini adalah menggunakan sumber data primer dan sekunder, yaitu wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi, kepustakaan dan sumber media lainnya. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif yang bersifat deskriptif dan 5W + 1H (*What, When, Who, Where, Why, How*). Penelitian deskriptif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan

induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Metode 5W+1H merupakan metode penelitian umum yang sering digunakan untuk mengetahui lebih dalam dan mempertajam tujuan dari penelitian agar dapat menjadi sebuah *problem solving*.

## Hasil dan Pembahasan

Terdapat banyak contoh yang diakibatkan dari kurangnya pemahaman akan pentingnya mengasah kemampuan pola berpikir kritis pada generasi muda, dimulai dari masih banyaknya generasi muda yang tidak berani berpendapat, takut akan kesalahan yang menyebabkan dirinya dinilai oleh orang lain, kurangnya wawasan yang dapat menjadi penunjang dalam berpikir kritis, dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut, sangat diperlukan adanya penyampaian pesan yang dapat menjangkau target sasaran. Hal ini dapat berupa melakukan aksi tertentu kepada target sasaran mengenai pentingnya mengasah kemampuan pola berpikir kritis, tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman secara mendalam mengenai pola berpikir kritis bagi generasi muda Indonesia sebagai salah satu keterampilan penting untuk dikuasai dan diimplementasikan dalam era teknologi dan industri ini. Sehingga, kampanye Makin Cakap Pikir ini dibuat untuk dapat diterapkan serta diimplementasikan oleh generasi muda Indonesia melalui platform Campaign.

Campaign adalah *social action platform* karya anak bangsa yang menghubungkan individu, komunitas, dan sponsor yang peduli tentang isu sosial. Melalui aplikasi Campaign.com #ForChange, Campaign menghubungkan organisasi dan komunitas sosial dengan anak muda untuk mengambil aksi maupun melakukan edukasi tentang isu sosial tertentu. Melalui aplikasi ini, komunitas sosial berkesempatan untuk menginisiasi kampanye secara *online* yang didukung oleh sektor swasta (sponsor) dengan misi sosial serupa. Dukungan tersebut berupa donasi yang merupakan konversi dari tantangan sosial yang berhasil diselesaikan oleh pengguna. Selain itu, aplikasi yang memiliki fitur *social tracker* ini juga menyajikan transparansi penggunaan donasi, hasil dari usaha kolektif anak muda untuk mendukung kampanye sosial.



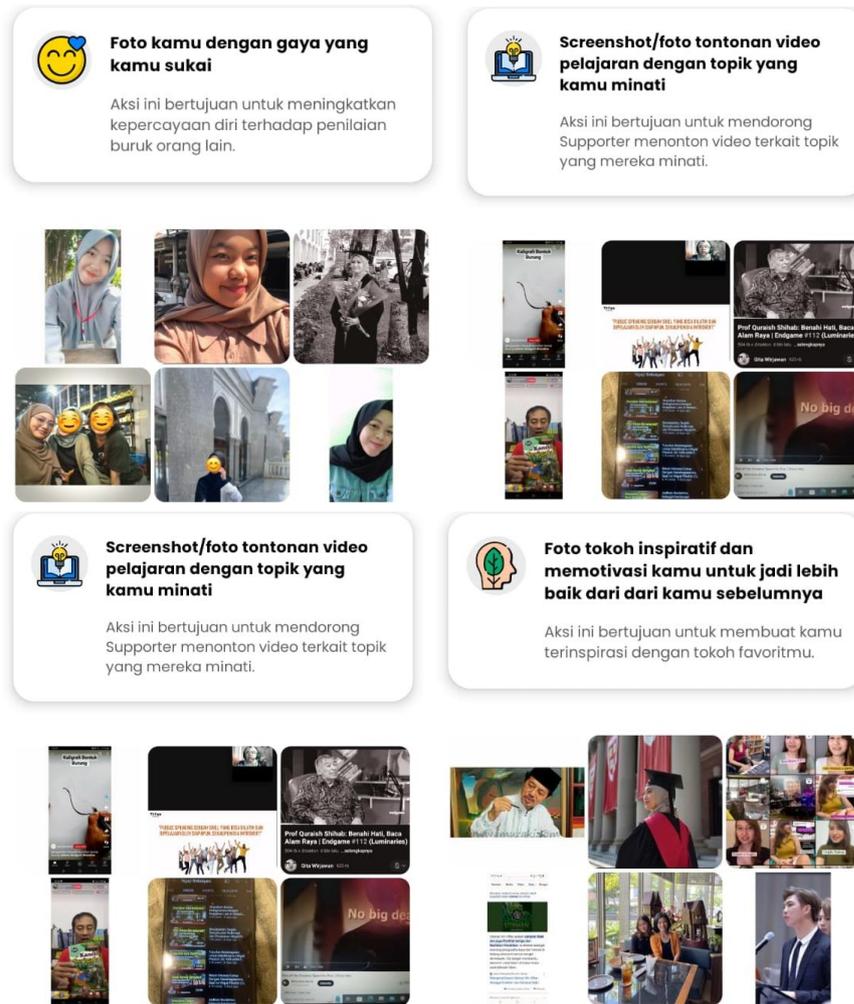
**Gambar 1.** Gambaran Kampanye Sosial pada Aplikasi Campaign

Keseluruhan ide kampanye sosial Makin Cakap Pikir ini sendiri muncul dalam sebuah gagasan besar yaitu "Asah Kemampuan Pola Pikir Kritis dengan Keberanian Berpendapat". Makna dari gagasan ini adalah target sasaran yaitu para generasi muda memiliki kecakapan dalam berpikir kritis dan juga memiliki keberanian untuk berpendapat dengan pemikiran bahwa tidak perlu takut meskipun pendapat mereka dinilai salah oleh orang lain. Penerapan dari kampanye ini akan menghadirkan pandangan positif, khususnya mengenai kemampuan pola berpikir kritis yang disertai dengan keberanian dalam berpendapat tanpa perlu takut apabila pendapat tersebut dinilai salah oleh orang lain. Berdasarkan tersebut, maka dapat disimpulkan apabila target sasaran yaitu para generasi muda dapat memiliki kemampuan dalam berpikir kritis dengan memiliki keberanian untuk berpendapat akan menjadi hal yang sangat bermanfaat tidak hanya untuk dirinya sendiri tapi juga untuk negaranya di masa yang akan datang. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kritis dan berani berpendapat adalah hal yang sangat penting bagi generasi muda di Indonesia.

Kampanye Makin Cakap Pikir #BeraniSalah memiliki 4 aksi sosial yang akan dilakukan oleh *supporter* kampanye pada aplikasi Campaign.com #ForChange. Keempat aksi tersebut diantaranya adalah :

1. Pertama yaitu, mengunggah foto selfie dengan percaya diri untuk menunjukkan bahwa diri mereka berani dinilai apapun oleh orang lain. Aksi ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri terhadap penilaian buruk dari orang lain.
2. Kedua yaitu, mengunggah foto sebuah karya tulis atau literatur yang menginspirasi sebagai ajakan untuk menerapkan pola berpikir kritis. Aksi ini bertujuan untuk mendorong pendukung kampanye dalam membaca literatur online terkait topik yang diminati.
3. Ketiga yaitu, mengunggah foto sedang menonton video pembelajaran yang memberikan ilmu bermanfaat sebagai tanda telah mendapatkan wawasan serta pandangan baru. Aksi ini bertujuan untuk mendorong pendukung kampanye dalam menonton video terkait topik yang mereka minati.
4. Terakhir yaitu, mengunggah foto tokoh yang menginspirasi dan memotivasi diri untuk menjadi lebih baik. Aksi ini bertujuan untuk membuat pendukung kampanye terinspirasi dengan tokoh yang menginspirasi mereka.

Setiap penyelesaian rangkaian aksi tersebut akan dapat membuka donasi sebesar Rp.15.000,- yang nantinya disalurkan kepada program kerja milik organisasi kampanye Makin Cakap Pikir, tepatnya program Buku Untuk Gunungkidul. Program ini adalah sebuah program pemberian berbagai macam buku untuk perpustakaan pada pelosok Gunungkidul agar dapat membantu pemenuhan berbagai macam buku pada perpustakaan-perpustakaan di Gunungkidul sekaligus sebagai peningkatan minat baca bagi warga di pelosok Gunungkidul. Hal ini sejalan dengan tujuan aksi nomor dua dari kampanye sosial Makin Cakap Pikir yaitu membaca berbagai literatur salah satunya buku untuk menambah wawasan sebagai pendukung dalam proses mengasah kemampuan berpikir kritis.



**Gambar 2.** Gambaran Aksi Sosial pada Aplikasi Campaign

Berpikir kritis kerap kali dikaitkan dengan kesuksesan. Keterampilan berpikir kritis tidak hanya diperlukan oleh orang-orang yang bekerja di bidang tertentu, melainkan oleh seluruh masyarakat khususnya generasi muda (Prasetyo & Rosy, 2021). Dari mengikuti rangkaian aksi tersebut diharapkan generasi muda Indonesia dapat menyadari akan pentingnya memiliki kemampuan dalam berpikir kritis dan mulai mengasah kemampuan berpikir kritis mereka sehingga generasi muda Indonesia dapat menerapkan keterampilan-keterampilan tersebut untuk membangun bangsa di masa depan. Beberapa keterampilan dari berpikir kritis sendiri adalah keterampilan dalam membandingkan, membedakan, memperkirakan, menarik kesimpulan, mempengaruhi, generalisasi, spesialisasi, mengklasifikasi, mengelompokkan, mengurutkan, memprediksi, memvalidasi, membuktikan, menghubungkan, menganalisis, mengevaluasi dan membuat pola. Dengan penerapan kampanye sosial *Makin Cakap Pikir* ini generasi muda akan mampu berpikir kritis dan memiliki keterampilan yang didasari dari kemampuan berpikir kritis mereka. Keterampilan tersebut diantaranya adalah:

1. Melihat Masalah dari Berbagai Perspektif. Dalam kehidupan sehari-hari, penting untuk memahami perbedaan, permasalahan, dan persoalan yang terjadi. Jika kita berpikir kritis, kita akan mudah menghargai sudut pandang orang lain dalam menanggapi suatu isu.

2. Bisa Diandalkan. Manfaat selanjutnya dari berpikir kritis yaitu kita bisa diandalkan oleh tim atau organisasi yang kita ikuti, karena kita bisa menyelesaikan tugas dengan baik dan benar. Kita juga memiliki kemampuan untuk mengajak anggota tim agar bisa bekerja dengan efektif dan efisien.
3. Mandiri dalam Menghadapi Persoalan. Berpikir kritis merupakan berpikir yang mandiri. Dengan pemikiran yang mandiri ini, kita mampu mengatasi persoalan dengan cepat.
4. Menemukan Ide dan Peluang Baru. Ketika kita berpikir kritis, kita bisa mendapatkan manfaat yaitu mudah dalam menghasilkan ide brilian yang inovatif dan mampu mencari peluang untuk mewujudkannya.
5. Berpikir Jernih dan Rasional. Jika kita mampu berpikir dengan jernih dan rasional ini menandakan seseorang mampu berpikir dengan baik dan dapat menyelesaikan masalah dengan sistematis. Kemampuan ini dibutuhkan dan sebagai aset untuk menjalankan karier di bidang apa pun.
6. Kemampuan Adaptasi Meningkat. Zaman berkembang begitu pesat dan perubahan demi perubahan terjadi. Adanya pengetahuan dan teknologi baru membuat manusia yang memiliki kemampuan berpikir kritis beradaptasi dengan cepat. Ini disebabkan karena orang yang memiliki kemampuan berpikir kritis bisa meningkatkan keterampilan intelektual yang fleksibel, mempunyai kemampuan menganalisis kemampuan informasi, dan mengintegrasikan berbagai sumber pengetahuan untuk memecahkan masalah yang ada.
7. Keterampilan Bahasa dan Presentasi Meningkat. Pola berpikir kritis bisa meningkatkan kemampuan untuk memahami struktur logika teks saat mempelajari dan menganalisisnya. Hal ini tentunya bisa meningkatkan kemampuan untuk mengekspresikan ide dan gagasan.
8. Kreativitas Meningkat. Berpikir kritis memungkinkan kita untuk mengevaluasi ke dasar masalah dan menghasilkan solusi kreatif yang relevan. Dengan demikian, bukan hanya menghasilkan ide, berpikir kritis juga memungkinkan kita untuk mengevaluasi ide baru yang didapat, menyeleksi, dan memodifikasinya jika dirasakan perlu.

## **Kesimpulan**

Tujuan dari penerapan kampanye sosial Makin Cakap Pikir ini adalah untuk dapat melahirkan generasi muda yang memiliki kecakapan dalam berpikir kritis dan juga memiliki keberanian untuk berpendapat dengan pemikiran bahwa tidak perlu takut meskipun pendapat mereka dinilai salah oleh orang lain. Dengan penggunaan aplikasi Campaign.com #ForChange, penerapan kampanye sosial Makin Cakap Pikir menginisiasi berbagai aksi sosial yang akan dilakukan oleh supporter kampanye. Aksi-aksi tersebut dimulai dari mengunggah foto selfie dengan percaya diri untuk menunjukkan bahwa diri mereka berani dinilai apapun oleh orang lain hingga mengunggah foto tokoh yang menginspirasi dan memotivasi diri untuk menjadi lebih baik.

Setiap penyelesaian rangkaian aksi tersebut akan dapat membuka donasi yang nantinya disalurkan kepada program Buku Untuk Gunungkidul, yaitu sebuah program pemberian berbagai macam buku untuk perpustakaan pada pelosok Gunungkidul. Dari mengikuti rangkaian

aksi tersebut diharapkan generasi muda Indonesia dapat menyadari akan pentingnya memiliki kemampuan dalam berpikir kritis dan mulai mengasah kemampuan berpikir kritis mereka sehingga generasi muda Indonesia dapat menerapkan keterampilan-keterampilan tersebut untuk membangun bangsa di masa depan.

## Referensi

- Ahmatika, D. (2017). Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa dengan Pendekatan *Inquiry/Discovery*. *Euclid*, 3(1).
- Arianto, B. (2021). Analisis Peran Buzzer Media Sosial dalam Memperkuat Kampanye Petani Milenial. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(2).
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.
- Illene, A., Damajanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2019). Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Nurmalisa, Y. (2017). *Pendidikan generasi muda*.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).
- Prasetyo, M. B., & Rosy, B. (2021). Model Pembelajaran Inkuiri Sebagai Strategi Mengembangkan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 9(1), 109-120.
- Siswono, T. Y. E. (2016). Berpikir Kritis dan Berpikir Kreatif sebagai Fokus Pembelajaran Matematika. In *Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika*, 5(1), 11-26.
- Syafitri, E., Armanto, D., & Rahmadani, E. (2021). Aksiologi Kemampuan Berpikir Kritis (Kajian Tentang Manfaat dari Kemampuan Berpikir Kritis). *Journal of Science and Social Research*, 4(3), 320-325.
- Wardani, R. P., Fitriyah, C. Z., & Puspitaningrum, D. A. (2021). *Melatih Keterampilan Berpikir Kritis, dan Berpikir Kreatif Siswa SD Kelas V melalui Pendekatan Saintifik*.