KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)
Vol.5, No.1 Februari 2027
e-ISSN: 3025-5465, p-ISSN : 3025-7964, Hal 63-75
DOI : https://doi.org/10.61722/jipm.v5i1.3329

GOTONG ROYONG SEBAGAI WUJUD PATRIOTISME DI ERA DIGITAL STUDI KASUS PENDIDIKAN PATRIOTISME BAGI GENERASI Z DI DESA PUCANGRO, KECAMATAN KALITENGAH, KABUPATEN LAMONGAN

Mochammad Randi Prasetyo[1], Widiyatmo Ekoputro.[2]
[1,2] Program Studi Industri, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
mochammadrandip2910@gmail.com[1], widiyatmo@untag-sby.ac.id[2]

Abstrak Gotong royong adalah inti nilai Pancasila dan salah satu wujud patriotisme yang paling nyata di tingkat akar rumput, tetapi praktiknya terancam melemah oleh individualisme yang diperkuat media sosial. Penelitian ini bertujuan (1) mengkaji gotong royong sebagai wujud patriotisme dalam kerangka Pancasila, (2) menelaah praktik gotong royong dan kewargaan di Desa Pucangro, Kecamatan Kalitengah, Kabupaten Lamongan, serta celahnya di ruang digital, dan (3) merumuskan strategi pendidikan patriotisme bagi Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, yang mengolah ulang (re-analisis) temuan penelitian lapangan terdahulu di Desa Pucangro, studi pustaka, dan data sekunder Survei Profil Internet Indonesia dari APJII tahun 2024 sampai 2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa (a) penetrasi internet Generasi Z sangat tinggi (87,80% pada 2025 dan 89,02% pada 2026), sehingga ruang digital adalah ruang belajar kebangsaan yang tidak dapat diabaikan; (b) di Desa Pucangro, gotong royong hidup dalam kerja bakti pembangunan, musyawarah desa, BUMDes, dan solidaritas warga, tetapi partisipasi cenderung teknis dan pasif, yakni berupa gotong royong tenaga yang belum menjadi gotong royong gagasan, serta belum dihubungkan dengan ruang digital; dan (c) penguatan patriotisme paling efektif jika menggabungkan literasi digital, keteladanan, dan praktik gotong royong berbasis nilai Pancasila. Artikel ini mengusulkan model "Literasi–Kritis–Kreasi–Kontribusi" (LKKK) dengan gotong royong sebagai tahap kontribusi, beserta contoh penerapannya di tingkat desa

Kata kunci: gotong royong, patriotisme, pendidikan patriotisme, Generasi Z, era digital, Pancasila, Desa Pucangro

Abstract Mutual cooperation (gotong royong) is the core of Pancasila values and one of the most tangible grassroots expressions of patriotism, yet its practice is at risk of weakening due to individualism amplified by social media. This study aims to (1) examine gotong royong as an expression of patriotism within the Pancasila framework, (2) analyse gotong royong and civic practices in Pucangro Village, Kalitengah District, Lamongan Regency and their gaps in digital spaces, and (3) formulate patriotism-education strategies for Generation Z. A descriptive qualitative case-study approach was used, re-analysing earlier field research in Pucangro together with a literature review and secondary data from the APJII Indonesian Internet Profile Survey (2024–2026). The findings show that (a) Generation Z's internet penetration is very high (87.80% in 2025 and 89.02% in 2026), making digital spaces an unavoidable arena for national-values learning; (b) in Pucangro, gotong royong lives in communal development work, village deliberation, village-owned enterprise activity, and community solidarity, but participation remains largely technical and passive, that is, gotong royong of labour that has not yet become gotong royong of ideas, and is not yet connected to digital spaces; and (c) patriotism is best strengthened by combining digital literacy, role modelling, and gotong royong practice grounded in Pancasila values. The article proposes a "Literacy–Critical thinking–Creation–Contribution" (LCCC) model, with gotong royong as the contribution stage, and an example of village-level application.

Keywords: gotong royong, patriotism, patriotism education, Generation Z, digital era, Pancasila, Pucangro Village

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Patriotisme, yaitu rasa cinta, bangga, dan kesediaan berkontribusi bagi tanah air, merupakan salah satu modal sosial terpenting dalam menjaga keberlangsungan sebuah

Naskah Masuk: 01 November 2026; Revisi: 02 November 2026; Diterima: 03 November2026; Terbit: 14 November 2026

bangsa. Bagi Indonesia, patriotisme tidak berdiri sendiri, tetapi berakar pada nilai-nilai Pancasila, semangat persatuan dalam keberagaman, dan sejarah perjuangan kemerdekaan. Persoalannya, cara nilai-nilai itu diwariskan kepada generasi muda kini berhadapan dengan realitas yang sangat berbeda dari masa lalu.

Generasi Z, yakni mereka yang lahir sekitar akhir 1990-an hingga awal 2010-an, sering disebut digital native karena sejak kecil akrab dengan internet dan perangkat digital (Prensky, 2001). Data APJII menunjukkan keakraban itu secara nyata. Pada survei 2025, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 229,43 juta jiwa atau 80,66% dari populasi, dengan Generasi Z mencatat penetrasi 87,80% (APJII, 2025). Pada survei 2026, jumlah pengguna naik menjadi 235,26 juta jiwa, penetrasi nasional 81,7%, dan penetrasi Generasi Z 89,02% (APJII, 2026). Artinya, hampir seluruh Generasi Z hidup dan bersosialisasi di ruang digital.

Kondisi ini membawa dua sisi. Di satu sisi, sejumlah kajian menyoroti kekhawatiran melemahnya semangat kebangsaan akibat gempuran budaya asing dan lemahnya pendidikan kewarganegaraan (Azzaky, 2023). Di sisi lain, ruang digital juga membuka cara baru mengekspresikan nasionalisme, misalnya melalui media sosial, kampanye daring, dan dukungan terhadap produk serta karya lokal. Bangun (2024) menegaskan bahwa Generasi Z memahami kewarganegaraan secara berbeda, yaitu melalui diskusi daring, petisi daring, dan penyebaran informasi sosial, sehingga pendidikan kewarganegaraan perlu menyesuaikan diri dengan membekali mereka keterampilan literasi digital dan berpikir kritis.

Dengan demikian, pertanyaan pentingnya bukan lagi apakah patriotisme perlu diajarkan di era digital, melainkan bagaimana mengajarkannya agar relevan, menarik, dan berdampak. Pendidikan patriotisme yang hanya mengandalkan hafalan, seremoni, dan ceramah berisiko kehilangan daya jangkau terhadap generasi yang belajar, berdiskusi, dan membentuk identitas melalui layar ponsel.

Kajian ini memusatkan perhatian pada gotong royong sebagai wujud patriotisme di tingkat akar rumput. Dalam pidato 1 Juni 1945, Soekarno memeras Pancasila menjadi Trisila dan akhirnya Ekasila, yaitu gotong royong (Soekarno, 1945). Namun, telaah sistematis atas 23 artikel terbitan 2020–2025 menunjukkan bahwa paparan budaya global yang diperkuat algoritma media sosial mendorong individualisme dan berdampak pada melemahnya praktik gotong royong di kalangan Generasi Z (Rochim & Agustama, 2026). Desa Pucangro, Kecamatan Kalitengah, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur dipilih sebagai konteks lokal. Desa paling selatan di Kecamatan Kalitengah ini dihuni penduduk yang banyak bekerja sebagai peternak kambing dan petani (P2K STEKOM, t.t.). Penelitian terdahulu di desa ini mencatat gotong royong, musyawarah, dan solidaritas yang hidup, sekaligus partisipasi warga yang cenderung pasif dan inovasi pemerintah desa seperti sistem informasi desa (Kasmawanto, 2025). Desa ini karenanya memperlihatkan bagaimana nilai kebangsaan hidup dalam praktik sehari-hari, sekaligus di mana celah pendidikan patriotisme di ruang digital dapat diidentifikasi.

1.2 Rumusan Masalah dan Tujuan

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gotong royong dipahami sebagai wujud patriotisme dalam kerangka Pancasila?
2. Bagaimana praktik gotong royong dan kewargaan di Desa Pucangro, Kecamatan Kalitengah, Kabupaten Lamongan, dan apa celahnya di ruang digital?
3. Apa tantangan dan peluang gotong royong Generasi Z di era digital, dan strategi pendidikan patriotisme apa yang relevan untuk memperkuatnya?

Tujuan penelitian adalah mengkaji gotong royong sebagai wujud patriotisme, menelaah praktiknya di Desa Pucangro sebagai konteks lokal, serta merumuskan model konseptual pendidikan patriotisme yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

1.3 Kerangka Konseptual

Patriotisme dipahami sebagai sikap cinta dan bangga terhadap tanah air yang diwujudkan dalam kesediaan menjaga, membela, dan memajukan bangsa, tanpa kebencian terhadap bangsa lain. Dalam konteks Indonesia, patriotisme beririsan dengan nasionalisme, yaitu kesadaran sebagai satu bangsa. Anderson (1983) menggambarkan bangsa sebagai "komunitas terbayang" yang dibangun melalui media dan narasi bersama. Gagasan ini relevan karena media sosial kini menjadi arena utama tempat narasi kebangsaan dibentuk, diperebutkan, dan disebarkan.

Pendidikan patriotisme adalah upaya sadar menumbuhkan pengetahuan, sikap, dan perilaku cinta tanah air melalui jalur formal, nonformal, dan informal. Urgensinya pada Generasi Z telah dibahas dalam sejumlah kajian, yang menekankan perlunya rasa nasionalisme di tengah globalisasi (Wulandari et al., 2021) dan peran pendidikan kewarganegaraan dalam menanamkan perilaku cinta tanah air (Salsabila et al., 2021).

Kewargaan digital (digital citizenship) adalah kemampuan berpartisipasi secara etis, kritis, dan bertanggung jawab di ruang digital. Konsep ini menjadi jembatan antara pendidikan patriotisme dan realitas hidup Generasi Z.

Gotong royong dipahami sebagai kerja sama sukarela dan timbal balik untuk kepentingan bersama, baik sebagai nilai (semangat kebersamaan) maupun sebagai praktik (kerja bakti, musyawarah, saling membantu). Gotong royong tercantum sebagai salah satu dimensi Profil Pelajar Pancasila (Kemendikbudristek, 2022). Artikel ini membedakan dua bentuknya: gotong royong tenaga (kontribusi fisik pada kegiatan bersama) dan gotong royong gagasan (keterlibatan dalam perencanaan, kritik, dan evaluasi). Sebagai definisi operasional penulis, gotong royong digital adalah kerja sama sukarela untuk kepentingan bersama yang memanfaatkan teknologi, misalnya mengoordinasikan kerja bakti melalui grup pesan, menggalang bantuan secara daring, atau mempromosikan produk warga di media sosial.

1.4 Proposisi Kerja

Sesuai tahapan penelitian ilmiah, kajian ini bertolak dari tiga proposisi kerja yang diuji melalui analisis data sekunder dan literatur:

- P1: Tingginya akses digital Generasi Z menjadikan ruang digital sebagai medium pendidikan patriotisme yang strategis.
- P2: Pendekatan pendidikan patriotisme yang satu arah dan seremonial kurang efektif bagi Generasi Z dibandingkan pendekatan partisipatif.
- P3: Penguatan patriotisme digital menuntut kombinasi literasi digital, keteladanan, dan praktik kewargaan berbasis nilai Pancasila.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus di Desa Pucangro, Kecamatan Kalitengah, Kabupaten Lamongan, yang didukung studi pustaka dan analisis data sekunder. Tahapan penelitian mengikuti alur: (1) penentuan topik, (2) pengumpulan data dari sumber tepercaya, (3) observasi dokumen, (4) identifikasi masalah, (5) perumusan proposisi kerja, (6) analisis data, dan (7) penarikan kesimpulan.

Sumber data. Data sekunder berupa (a) hasil penelitian lapangan terdahulu di Desa Pucangro, terutama Kasmawanto (2025) yang menggunakan wawancara mendalam semi-terstruktur dengan kepala desa, perangkat desa, tokoh masyarakat, dan warga (purposive sampling), observasi partisipatif, dan dokumentasi, serta Wulansari dkk. (2019) tentang pembinaan solidaritas masyarakat di desa yang sama; (b) profil wilayah Desa Pucangro; (c) Survei Profil Internet Indonesia 2024, 2025, dan 2026 dari APJII sebagaimana dilaporkan media dan publikasi resmi, laporan Digital 2026: Indonesia (DataReportal/Kepios), data temuan hoaks Komdigi, serta laporan kedermawanan Charities Aid Foundation (CAF); dan (d) artikel jurnal ilmiah nasional terkait nasionalisme, identitas nasional, dan kewargaan digital Generasi Z.

Observasi. Observasi dilakukan terhadap dokumen dan fenomena publik, yaitu pola penggunaan internet Generasi Z berdasarkan data survei, tema yang berulang dalam literatur, serta praktik kewargaan di Desa Pucangro sebagaimana didokumentasikan peneliti terdahulu. Penulis tidak melakukan wawancara baru; artikel ini mengolah ulang (re-analisis) temuan lapangan tersebut dari sudut pandang pendidikan patriotisme.

Teknik analisis. Data dianalisis secara tematik: dikelompokkan ke dalam tema tantangan, peluang, dan strategi; indikator patriotisme tingkat desa (gotong royong, partisipasi musyawarah, solidaritas, pemberdayaan ekonomi lokal, dan pemanfaatan informasi desa) dipetakan ke nilai Pancasila dan ke empat tahap model LKKK; lalu dibandingkan antarsumber (triangulasi). Catatan metodologis: kategorisasi rentang usia generasi pada survei APJII dapat berbeda antar tahun, sehingga perbandingan angka antartahun dipakai sebagai gambaran tren, bukan perbandingan yang presisi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Profil Akses dan Perilaku Digital Generasi Z

Tabel 1 merangkum data kunci dari survei APJII yang relevan dengan kajian ini.

Indikator	2024	2025	2026
Pengguna internet Indonesia	221,56 juta	229,43 juta	235,26 juta
Penetrasi internet nasional	79,50%	80,66%	81,7%
Penetrasi internet Generasi Z	87,02%	87,80%	89,02%

Sumber: APJII (2024, 2025, 2026), diolah penulis dari publikasi pers atas hasil survei.

Tiga temuan penting dapat dicatat. Pertama, akses digital Generasi Z konsisten tinggi dan cenderung naik, sehingga P1 didukung: hampir sembilan dari sepuluh Generasi Z terhubung ke internet. Kedua, sebagaimana dikutip dalam beberapa publikasi akademik atas laporan APJII 2025, mayoritas pengguna Generasi Z mengakses internet melalui smartphone (82,85%), sehingga akses mereka bersifat personal dan mobile. Pendidikan patriotisme yang efektif harus hadir di layar yang sama. Ketiga, media sosial menjadi alasan utama masyarakat terhubung ke internet, diikuti pencarian berita dan konsumsi hiburan (APJII, 2025). Dengan kata lain, medium utama Generasi Z adalah ruang yang bercampur antara informasi, opini, dan hiburan, tempat narasi kebangsaan harus bersaing memperebutkan perhatian.

Platform yang dipakai. Tabel 2 membandingkan dua sumber yang metodenya berbeda. Survei APJII 2026 melibatkan 8.700 responden berusia 13 tahun ke atas di 38 provinsi, dengan multistage random sampling, wawancara tatap muka pada 1 Februari–15 Maret 2026, dan margin of error ±1,1% (Muhamad, 2026). DataReportal memakai angka jangkauan iklan yang dipublikasikan platform pada Oktober 2025; angka ini bukan pengguna aktif bulanan dan tidak unik per orang (Kemp, 2025).

Platform	APJII 2026	DataReportal Okt 2025
TikTok	31,8	180 (usia 18+)
Facebook	29,4	121
Instagram	27,7	108
YouTube	1,6	151
X	1,5	22,9
Threads	1,0	8,15
WhatsApp	1,7	tidak dilaporkan pada sumber yang dibaca

Sumber: Muhamad (2026) atas data APJII; Kemp (2025), diolah penulis. Kedua kolom tidak dapat dijumlahkan atau dibandingkan langsung.

Sekitar 78% responden APJII 2026 mengakses media sosial 1–3 jam per hari (44,9% selama 1–2 jam dan 33% selama 2–3 jam), dan 15% selama 3–4 jam (Muhamad, 2026). DataReportal mencatat 180 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Oktober 2025, setara 62,9% populasi, dan 78,2% pengguna internet memakai sedikitnya satu platform (Kemp, 2025). Menurut We Are Social (2025), pengguna rata-rata menghabiskan sekitar 1 jam 53 menit per hari di TikTok dan 1 jam 52 menit di WhatsApp. Implikasinya, perhatian Generasi Z terbagi antara platform video pendek dan platform pesan. Platform video adalah arena persaingan narasi; platform pesan, yang pada praktiknya dipakai untuk grup warga, adalah kandidat saluran koordinasi gotong royong (ini inferensi penulis, bukan temuan survei).

Hoaks di ruang digital. Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) mengidentifikasi dan mengklarifikasi 1.923 konten hoaks sepanjang 2024 (Investortrust, 2025), dan 1.674 hoaks pada 22 Oktober 2024–20 Oktober 2025 (Taufan, 2026). Tabel 3 menunjukkan kategori terbesar.

Kategori	2024 (Jan–Des)	22 Okt 2024–20 Okt 2025
Penipuan	890	589
Pemerintahan	214	341
Politik	237	166
Total temuan	1.923	1.674

Sumber: Komdigi (2025) sebagaimana dikutip Investortrust (2025) dan Jurnal Audiens (UMY); Taufan (2026). Periode kedua kolom berbeda. Rincian 12 kategori pada periode kedua berjumlah 1.670, selisih 4 dari total yang dilaporkan.

Hoaks bertema pemerintahan dan politik berjumlah 507 pada periode Oktober 2024–Oktober 2025 (341 ditambah 166), atau sekitar 30% dari total. Isu kebangsaan dan kepercayaan pada institusi, yang menjadi bahan pendidikan patriotisme, karenanya berada di tengah arus disinformasi. Hal ini menguatkan perlunya tahap Kritis dalam model LKKK.

Kedermawanan dan gotong royong digital. Dalam World Giving Index 2024 yang disusun CAF, Indonesia berada di peringkat pertama dunia dengan skor 74 (Good News From Indonesia, 2025). Pada World Giving Report 2025, yang memakai metode lebih inklusif (nilai donasi terhadap pendapatan dan keragaman jalur pemberian), Indonesia berada di peringkat ke-21 dari 101 negara (Republika, 2025). Perbedaan peringkat ini berasal dari perbedaan metode, bukan semata perubahan perilaku. Di ranah digital, Kontan (2021) mencatat lebih dari 3 juta donatur berdonasi melalui aplikasi Kitabisa sepanjang 2021, yang membantu lebih dari 36.000 penggalangan dana. Data ini bersifat

nasional, mengukur kedermawanan dan bukan seluruh gotong royong, dan data Kitabisa sudah lama; fungsinya hanya menunjukkan bahwa semangat berbagi sudah berpindah ke platform digital.

3.2 Gotong Royong di Desa Pucangro: Praktik Kewargaan sebagai Wujud Patriotisme

Desa Pucangro terdiri atas satu dusun dengan 4 RW dan 14 RT, dan merupakan desa paling selatan di Kecamatan Kalitengah. Penduduknya banyak yang bekerja sebagai peternak kambing dan petani, dan wilayahnya menjadi titik rawan banjir Bengawan Jero (P2K STEKOM, t.t.). Berdasarkan penelitian Kasmawanto (2025), pemerintah desa menjalankan Program Desa Mandiri yang mencakup pelatihan keterampilan (antara lain membuat jaring, jala, dan songkok), pendampingan UMKM, penguatan BUMDes, serta pelibatan warga dalam Musyawarah Desa. Tabel 4 memetakan temuan tersebut ke dalam perspektif pendidikan patriotisme.

Temuan di Desa Pucangro	Wujud praktik	Makna bagi pendidikan patriotisme
Musyawarah Desa	Warga menyampaikan usulan, aspirasi, dan kritik dalam forum desa	Latihan kewargaan yang demokratis dan deliberatif
Gotong royong dan solidaritas	Antusiasme tinggi pada gotong royong pembangunan infrastruktur; pembinaan solidaritas melalui Lamongan Green and Clean	Praktik nyata persatuan dan kepedulian sosial
Pemberdayaan ekonomi lokal	Pelatihan keterampilan, UMKM, BUMDes (perdagangan dan simpan pinjam)	Kebanggaan dan kecintaan pada potensi serta produk lokal
Inovasi tata kelola	Pengembangan sistem informasi desa	Saluran digital yang berpotensi menjadi medium pendidikan kebangsaan
Hambatan	Partisipasi cenderung teknis dan pasif, aparatur terbatas, sebagian warga	Celah yang perlu diisi literasi, partisipasi kritis, dan keteladanan

Temuan di Desa Pucangro	Wujud praktik	Makna bagi pendidikan patriotisme
	bergantung pada bantuan	

Sumber: Kasmawanto (2025); Wulansari dkk. (2019); P2K STEKOM (t.t.), diolah penulis.

Tiga implikasi dapat ditarik. Pertama, modal sosial Desa Pucangro kuat: gotong royong, musyawarah, dan solidaritas adalah wujud patriotisme yang praktis, sehingga pendidikan patriotisme tidak dimulai dari nol, tetapi dari menamai dan memperkaya praktik yang sudah ada. Kedua, Kasmawanto (2025) mencatat bahwa partisipasi warga masih cenderung teknis dan menunggu arahan perangkat desa, belum menyentuh perencanaan dan evaluasi. Hal ini sejalan dengan P2: pola yang searah kurang menumbuhkan rasa memiliki dibandingkan pola partisipatif. Ketiga, adanya sistem informasi desa dan kegiatan pemuda menunjukkan peluang menghubungkan ruang desa dengan ruang digital, mengingat sebagian besar pengguna internet Indonesia berada di Pulau Jawa (APJII, 2026).

Dua wajah gotong royong di Pucangro. Gotong royong di Pucangro tampak di empat arena: fisik (kerja bakti pembangunan infrastruktur dengan antusiasme tinggi), deliberatif (Musyawarah Desa), ekonomi (hasil usaha perdagangan dan simpan pinjam BUMDes digunakan kembali untuk kegiatan sosial dan modal usaha warga), serta sosial (pembinaan solidaritas melalui Lamongan Green and Clean) (Kasmawanto, 2025; Wulansari dkk., 2019). Kasmawanto (2025) juga mencatat bahwa budaya lokal berwajah dua: nilai gotong royong, saling percaya, dan solidaritas mendukung program komunitas, sementara budaya pasif dan ketergantungan pada bantuan menghambat inisiatif warga. Dengan istilah artikel ini, gotong royong tenaga di Pucangro sudah kuat, tetapi gotong royong gagasan, yaitu keterlibatan dalam perencanaan dan evaluasi, belum optimal. Di sinilah pendidikan patriotisme berperan: mengubah gotong royong dari sekadar mengerahkan tenaga menjadi urun gagasan, termasuk melalui kanal digital.

Catatan penting: sumber yang ditelaah tidak memuat data khusus tentang penetrasi internet atau perilaku bermedia sosial Generasi Z di Desa Pucangro. Kaitan antara data nasional APJII dan konteks Pucangro dalam artikel ini bersifat inferensial dan perlu diuji melalui penelitian lapangan lanjutan.

3.3 Tantangan Pendidikan Patriotisme di Era Digital

Dari telaah literatur, terdapat empat tantangan utama.

a. Banjir informasi dan hoaks. Ruang digital tidak memiliki penyaring otoritatif. Informasi sejarah, politik, dan isu kebangsaan beredar tanpa verifikasi, sehingga Generasi Z rentan terpapar disinformasi yang dapat memecah belah. Karena itu, Bangun (2024) menekankan perlunya pelatihan analisis berita digital dan *fact-checking* sebagai bagian dari pendidikan kewarganegaraan.

b. Gempuran budaya asing. Kajian di bidang pendidikan kewarganegaraan mencatat bahwa masuknya budaya asing yang tidak diimbangi pendidikan kewarganegaraan yang kuat dapat melemahkan rasa nasionalisme dan identitas nasional Generasi Z (Azzaky, 2023). Gim daring, hiburan digital, dan konten populer global bersaing dengan konten kebangsaan yang sering dianggap kurang menarik.

c. Individualisme dan melemahnya gotong royong. Rochim dan Agustama (2026) menyimpulkan dari telaah sistematis bahwa paparan budaya populer global yang diperkuat algoritma media sosial mendorong individualisme, hedonisme, dan pragmatisme, dengan dampak antara lain melemahnya praktik gotong royong. Algoritma menyajikan konten sesuai selera pribadi sehingga membentuk "gelembung" yang mempersempit pengalaman bersama. Dalam kerangka Anderson (1983), narasi bersama sebagai "komunitas terbayang" menjadi lebih sulit dipelihara ketika setiap orang hidup dalam lini masa yang berbeda.

d. Metode pembelajaran yang tidak selaras. Pendidikan patriotisme yang menekankan hafalan dan seremoni menghadapi kesenjangan dengan gaya belajar Generasi Z yang visual, cepat, interaktif, dan partisipatif. Temuan ini menguatkan P2.

3.4 Peluang: Patriotisme dalam Wujud Baru

Di balik tantangan, ruang digital menyimpan peluang besar.

Ekspresi patriotisme yang fleksibel. Generasi Z cenderung mengekspresikan nasionalisme dengan cara yang lebih fleksibel dan digital, misalnya lewat media sosial, kampanye daring, serta dukungan terhadap produk dan karya lokal. Bentuk ini perlu diakui sebagai wujud patriotisme yang sah, bukan dianggap sebagai pengganti yang dangkal.

Partisipasi kewargaan. Bangun (2024) mencatat bahwa partisipasi Generasi Z mencakup diskusi daring, petisi daring, dan penyebaran informasi sosial. Energi partisipatif ini dapat diarahkan menjadi aksi yang berbasis solusi, yaitu keterlibatan yang membawa dampak nyata bagi masyarakat.

Media penyampaian yang kaya. Narasi sejarah, lagu kebangsaan, dan tokoh pahlawan dapat dikemas ulang dalam format video pendek, podcast, infografik, gim edukasi, dan dokumentasi digital. Wulandari et al. (2021) dan kajian-kajian lain menunjukkan bahwa unsur budaya seperti lagu kebangsaan dapat menjadi alat edukasi yang efektif bila dipadukan dengan media digital.

Gotong royong digital. Teknologi memperluas jangkauan gotong royong: koordinasi kerja bakti melalui grup pesan, penggalangan bantuan daring, dan promosi produk lokal di media sosial. Rochim dan Agustama (2026) menyarankan pelibatan Generasi Z sebagai kreator budaya lokal di ruang digital, karena mereka lebih mudah terlibat bila diberi ruang berkreasi daripada sekadar menerima instruksi. Bentuk-bentuk ini bukan pengganti

gotong royong tatap muka, melainkan pelengkap yang menjangkau warga muda di tempat mereka berada.

3.5 Strategi: Model Literasi–Kritis–Kreasi–Kontribusi (LKKK)

Berdasarkan sintesis tantangan dan peluang, artikel ini mengusulkan model empat tahap yang bersifat berjenjang dan saling menguatkan.

1. Literasi (kognitif): mengenal bangsa. Tahap ini membangun fondasi pengetahuan tentang sejarah perjuangan, Pancasila, UUD 1945, dan keberagaman Indonesia, dengan menggunakan sumber digital yang kredibel seperti arsip, museum virtual, dan dokumenter. Tujuannya agar patriotisme bertumpu pada pemahaman, bukan sekadar slogan.

2. Kritis (analitis): memilah informasi. Peserta dilatih memverifikasi informasi, mengenali hoaks, dan memahami cara kerja algoritma. Tahap ini melindungi patriotisme dari manipulasi, karena semangat cinta tanah air yang tidak disertai nalar kritis mudah ditunggangi kepentingan sempit.

3. Kreasi (afektif dan ekspresif): mengekspresikan cinta tanah air. Peserta memproduksi konten yang mengangkat budaya lokal, kisah pahlawan daerah, atau karya inovatif. Kreasi menumbuhkan rasa memiliki dan kebanggaan, sebab seseorang cenderung mencintai apa yang ikut ia bangun.

4. Kontribusi (konatif): bergotong royong. Peserta menerjemahkan nilai ke aksi bersama, misalnya kampanye anti-hoaks, pendampingan literasi digital bagi warga, pemasaran digital produk UMKM lokal, atau proyek sosial berbasis komunitas. Tahap ini menegaskan bahwa patriotisme adalah praktik gotong royong, bukan sekadar sikap, dan mendorong pergeseran dari gotong royong tenaga menuju gotong royong gagasan.

Model LKKK menjawab P3: patriotisme digital menuntut kombinasi pengetahuan, nalar kritis, ekspresi kreatif, dan aksi, dengan Pancasila sebagai landasan nilai. Internalisasi tersebut perlu ditopang keteladanan dari dosen, guru, orang tua, dan tokoh publik, karena Generasi Z cenderung meneladani figur yang konsisten antara ucapan dan tindakan.

Contoh penerapan di tingkat desa (usulan berdasarkan temuan Pucangro). Literasi: Musyawarah Desa dan sistem informasi desa dipakai untuk menyampaikan materi sejarah lokal dan nilai Pancasila secara ringkas. Kritis: kegiatan pemuda dilengkapi pelatihan memeriksa kabar dan mengenali hoaks. Kreasi: pemuda memproduksi konten tentang gotong royong, produk lokal (jaring, jala, songkok), dan kisah warga, lalu menyebarkannya di media sosial. Kontribusi: pemuda dilibatkan sejak perencanaan hingga evaluasi program desa, misalnya pendampingan pemasaran digital UMKM dan kerja bakti mitigasi banjir. Pola ini menjawab temuan bahwa partisipasi warga perlu bergeser dari pelaksanaan teknis menuju keterlibatan dalam perencanaan dan evaluasi (Kasmawanto, 2025).

3.6 Implikasi bagi Para Pemangku Kepentingan

- Perguruan tinggi dan sekolah: mengintegrasikan literasi digital dan proyek kewargaan dalam mata kuliah atau mata pelajaran kewarganegaraan, bukan hanya menambah materi hafalan; memberi ruang bagi mahasiswa memproduksi konten kebangsaan sebagai tugas autentik.
- Keluarga: mendampingi anak dalam bermedia sosial dan menjadi teladan dalam sikap bernegara, sehingga tidak terbatas pada pengawasan.
- Pemerintah dan lembaga publik: menyediakan konten kebangsaan yang kredibel, menarik, dan mudah diakses, serta memperluas akses internet di wilayah yang masih tertinggal, mengingat persebaran pengguna internet masih terkonsentrasi di Pulau Jawa (APJII, 2026).
- Platform dan komunitas kreator: berkolaborasi menyebarkan konten positif, memerangi disinformasi, dan memberi panggung bagi kreator muda yang mengangkat budaya Indonesia.

3.7 Keterbatasan

Kajian ini bersifat konseptual dan berbasis data sekunder. Temuan tentang Desa Pucangro diambil dari penelitian terdahulu dan bukan dari pengumpulan data primer oleh penulis; data khusus tentang akses digital dan sikap kebangsaan Generasi Z di desa tersebut belum tersedia. Model LKKK juga belum diuji secara empiris. Penelitian lanjutan disarankan melakukan survei dan wawancara langsung terhadap pemuda Desa Pucangro, atau penelitian tindakan berbasis komunitas, untuk mengukur dampak model ini terhadap sikap dan perilaku patriotik.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa:

1. Ruang digital merupakan arena strategis pendidikan patriotisme karena penetrasi internet Generasi Z sangat tinggi, yaitu 87,80% pada 2025 dan 89,02% pada 2026.
2. Gotong royong, inti Pancasila dan wujud patriotisme di tingkat akar rumput, terancam melemah oleh individualisme yang diperkuat algoritma media sosial, tetapi dapat diperluas melalui bentuk gotong royong digital.
3. Di Desa Pucangro, gotong royong hidup dalam kerja bakti, musyawarah desa, BUMDes, dan solidaritas warga, tetapi masih berupa gotong royong tenaga; gotong royong gagasan dan keterhubungan dengan ruang digital belum optimal.
4. Strategi yang relevan adalah model LKKK (Literasi–Kritis–Kreasi–Kontribusi) yang ditopang keteladanan dan berlandaskan Pancasila, dengan gotong royong sebagai tahap kontribusi, yang di tingkat desa dapat dijalankan melalui Musyawarah Desa, sistem informasi desa, dan kegiatan pemuda.

Sebagai saran, institusi pendidikan perlu menggeser pendidikan patriotisme dari pola searah menuju pola partisipatif berbasis proyek digital, dan peneliti berikutnya perlu menguji efektivitas model ini secara empiris.

Daftar Pustaka

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

APJII. (2024). *Survei Penetrasi dan Perilaku Internet Indonesia 2024*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

APJII. (2025). *Profil Internet Indonesia 2025*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (Diluncurkan 6 Agustus 2025.)

APJII. (2026). *Survei Profil Internet Indonesia 2026*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (Pelaksanaan survei 1 Februari–15 Maret 2026.)

Azzaky, M. T. (2023). Meningkatkan jati diri bangsa di zaman globalisasi dan digitalisasi: Peran pendidikan dan media sosial bagi generasi Z. *Maliki Interdisciplinary Journal*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Bangun, D. E. (2024). Transformasi pemahaman kewarganegaraan generasi Z di era digital. *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan*, 10(2), 460–463.

Charities Aid Foundation. (2025). *World Giving Index 2024*. London: Charities Aid Foundation.

Charities Aid Foundation. (2025). *World Giving Report 2025*. London: Charities Aid Foundation. https://worldgivingreport.org

Good News From Indonesia. (2025). Kenapa Indonesia disebut sebagai negara paling dermawan di dunia? https://www.goodnewsfromindonesia.id/indonesiana/humaniora/kenapa-indonesia-disebut-sebagai-negara-paling-dermawan-di-dunia

Investortrust. (2025, 9 Januari). Komdigi identifikasi 1.923 konten hoaks 2024. https://www.investortrust.id/business/52504/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-2024

Kasmawanto, Z. (2025). Strategi pemerintah desa dalam pemberdayaan masyarakat melalui program Desa Mandiri. *MADANI: Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 17(2), 223–238.

Kemendikbudristek. (2022). *Profil Pelajar Pancasila*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Kementerian Komunikasi dan Digital. (2025). *Temuan isu hoaks tahun 2024*. Dikutip dari Investortrust.id (2025, 9 Januari) dan Jurnal Audiens, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kemp, S. (2025, 5 November). *Digital 2026: Indonesia*. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia

Kontan. (2021, 23 Desember). Sepanjang 2021, Indonesia negara paling dermawan di dunia. https://nasional.kontan.co.id/news/sepanjang-2021-indonesia-negara-paling-dermawan-di-dunia

Muhamad, N. (2026, 10 Juni). TikTok, the most widely accessed social media platform among Indonesians in early 2026. *Databoks Katadata*. https://databoks.katadata.co.id/en/technology-telecommunications/statistics/6a27a97db5036/tiktok-the-most-widely-accessed-social-media-platform-among-indonesians-in-early-2026

P2K STEKOM. (t.t.). Pucangro, Kalitengah, Lamongan. *Ensiklopedia P2K STEKOM*. https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Pucangro,_Kalitengah,_Lamongan

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

Republika. (2025, 2 Agustus). Bukan lagi Indonesia, ini negara paling dermawan di dunia. https://news.republika.co.id/berita/t0d6hh370/bukan-lagi-indonesia-ini-negara-paling-dermawan-di-dunia

Rochim, E. N., & Agustama, B. S. (2026). Erosi nasionalisme: Tantangan ketahanan identitas Generasi Z akibat gempuran budaya global. *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan (JUPANK)*, 6(1), 120–132.

Salsabila, S. R., Dinie, A. D., & Yayang, F. F. (2021). Peranan perilaku cinta tanah air melalui pendidikan kewarganegaraan di sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 7791–7800.

Soekarno. (1945). *Pidato 1 Juni 1945 tentang dasar negara (Lahirnya Pancasila)*. Sidang Badan Penyelidik Usaha-Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia.

Taufan, S. A. (2026, 26 Juli). Komdigi temukan 1.674 hoaks, publik diminta lebih kritis menyikapi informasi di media sosial. *JawaPos.com*. https://jawapos.com/nasional/2607250344/komdigi-temukan-1674-hoaks-publik-diminta-lebih-kritis-menyikapi-informasi-di-media-sosial

We Are Social. (2025, November). Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia. https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/

Wulandari, W., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Urgensi rasa nasionalisme pada generasi Z di tengah era globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7255–7260.

Wulansari, F. A., Komariah, S., & Waluya, B. (2019). Pembinaan solidaritas masyarakat melalui Lamongan Green and Clean di Desa Pucangro Kecamatan Kalitengah, Kabupaten Lamongan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 1(2), 212.