

Aksi Sosial & Khidmah Umat — "Empat Langkah Merawat Ruang Digital RT"

Trigger: Pekan ini ramai beredar ujaran kasar dan tuduhan dari akun anonim, serta kabar tentang orang-orang muda yang meluapkan kesedihan dan kelelahan jiwa di media sosial. Isu ini bisa direspons di level lingkungan karena akar masalahnya — adab bermedia dan kehadiran sosial — justru paling efektif ditangani oleh keluarga, tetangga, dan komunitas terdekat, bukan oleh kebijakan nasional.

- 👦 **Anak-anak (5-12 tahun)**

Aksi: "Pos Cerita Maghrib tanpa Layar" — sesi mendongeng 20 menit selepas Maghrib, sekali sepekan. Diorganisir oleh guru ngaji dan 2-3 remaja masjid, melibatkan 8-15 anak. Anak-anak menitipkan HP di kotak depan, lalu mendengar satu kisah nabi atau kisah teladan, dan menggambar ulang pelajarannya. Output langsung: papan pajang

gambar anak di teras masjid yang bisa dilihat orang tua. Budget: kertas dan krayon Rp 150.000 + cetak papan pajang Rp 100.000 = Rp 250.000. Dampak terukur: jumlah anak yang hadir konsisten tiap pekan (target 10 anak) dan jumlah gambar yang terpajang.

- **Remaja (13-19 tahun)**

Aksi: "Patroli Tabayyun Grup RT" — tim kecil remaja jadi pengecek kabar untuk grup warga. Diinisiasi karang taruna / remaja masjid, didampingi 1 orang dewasa. Memanfaatkan kecakapan digital mereka: ketika ada kabar heboh masuk grup RT, tim ini memeriksa sumbernya lewat pencarian sederhana, lalu menulis catatan singkat "sudah dicek: benar / belum jelas / keliru" dengan bahasa sopan. Output langsung: berkurangnya kabar bohong yang beredar di grup warga. Budget: kuota internet 3 remaja Rp 150.000 + cetak panduan singkat tabayyun Rp 50.000 = Rp 200.000. Dampak terukur: jumlah kabar yang berhasil diklarifikasi per pekan (target 3-5) dan jumlah warga yang ikut bertanya sebelum menyebar.

- **Dewasa (20-55 tahun)**

Aksi: "Ronda Digital Orang Tua" — 4-5 ayah/ibu berkumpul satu jam tiap dua pekan membahas satu isu gawai anak. Diorganisir setelah jam kerja atau akhir pekan, di teras rumah bergiliran. Bobotnya pada pengorganisir berkelanjutan: tiap pertemuan memilih satu topik konkret (misal cara membatasi judi online yang menyusup ke game anak, atau cara menemani anak yang murung di media sosial), lalu menyepakati satu aturan keluarga bersama. Output langsung: kesepakatan aturan layar yang seragam antar-keluarga satu RT. Budget: konsumsi sederhana pertemuan Rp 100.000 x 2 = Rp 200.000. Dampak terukur: jumlah keluarga yang menerapkan aturan "tanpa HP di meja makan" (target 4 keluarga) dan jumlah pertemuan yang terlaksana.

- **Lansia (55+)**

Aksi: "Sahabat Telepon" — lansia menjadi penelepon penyemangat bagi warga muda yang tinggal sendiri atau sedang berat jiwanya.

Lansia di sini berperan sebagai sumber kebijaksanaan, bukan objek bantuan. Dengan kehangatan dan waktu luang yang mereka miliki, beberapa lansia secara bergiliran menelepon atau mengunjungi warga muda — mahasiswa kos, perantau — sekadar menanyakan kabar dan mendengarkan. Output langsung: warga muda yang merasa diperhatikan secara nyata, bukan lewat layar. Budget: pulsa telepon 3 lansia Rp 100.000 + buku catatan kunjungan Rp 30.000 = Rp 130.000. Dampak terukur: jumlah warga muda yang rutin dihubungi (target 5 orang) dan frekuensi kunjungan/telepon per pekan.

Sinergi & koordinasi: keempat aksi ini bisa dijalankan paralel sebagai satu kampanye "RT Sehat Digital" selama empat pekan. Koordinatornya cukup satu peran — misalnya sekretaris RT atau pengurus pengajian ibu — yang memantau lewat grup WhatsApp warga yang sudah ada, tanpa membuat grup baru. Di akhir pekan keempat, adakan satu momen kebersamaan: shalat berjamaah Maghrib di masjid lingkungan dilanjutkan sesi laporan singkat 20 menit di teras, di mana tiap segmen menceritakan satu kisah nyata dampaknya. Momen ini sekaligus jadi perayaan dan refleksi bersama.