

## Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital pada Generasi Z di Kabupaten Sleman dalam Melakukan Transaksi di Shopee

Dea Amanda Elta Kirana<sup>1</sup>, Wina Erwina<sup>2</sup> & Asep Saeful Rohman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Padjadjaran

Correspondence Email: [dea20003@mail.unpad.ac.id](mailto:dea20003@mail.unpad.ac.id)

### Abstract

The purpose of this study is to analyze the level of digital literacy among Generation Z in Sleman Regency in conducting transactions on Shopee. This research uses a descriptive quantitative approach with a purposive sampling technique. Data collection techniques come from primary data obtained through distributing questionnaires to 100 respondents, complemented by literature reviews and interviews to strengthen the evidence. The respondents of this study are Generation Z in Sleman Regency. The research findings reveal that the ability of Generation Z in Sleman Regency to use and disseminate information falls into the moderate category, accounting for 87%. The ability to create and collaborate is also in the moderate category, with 48%. The ability to analyze and evaluate falls into the high category, at 45%. Meanwhile, the ability to apply ethical judgment is categorized as moderate, with 93%. Overall, across the four core digital literacy skills, the majority of Generation Z in Sleman Regency who have conducted transactions on Shopee are categorized as moderate, representing 55%. This indicates that most Generation Z in Sleman Regency have fairly good digital literacy, although there remains a small portion with low digital literacy. Therefore, efforts to enhance digital literacy among Generation Z in Sleman Regency are still needed, as increased digital literacy is expected to improve security and awareness in using and optimizing digital platforms.

**Keywords:** Digital Literacy; Z Generation; Sleman Regency

### Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat kemampuan literasi digital pada generasi Z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data berasal dari data primer hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan dilengkapi studi kepustakaan dan wawancara untuk memperkuat bukti. Responden penelitian ini yaitu generasi Z di Kabupaten Sleman. Hasil penelitian menemukan bahwa kemampuan menggunakan dan menyebarkan generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 87%. Kemampuan menciptakan dan mengolaborasi generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 48%. Kemampuan menganalisis dan mengevaluasi generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori tinggi yaitu sebanyak 45%. Kemampuan menerapkan penilaian etikal generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 93%. Secara keseluruhan dari keempat kemampuan inti literasi digital menunjukkan bahwa sebagian besar kemampuan literasi digital generasi Z di Kabupaten Sleman yang pernah melakukan transaksi di Shopee berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 55%, yang berarti sebagian besar generasi Z di Kabupaten Sleman memiliki literasi digital yang cukup baik, tetapi masih terdapat sebagian kecil yang memiliki literasi digital yang rendah. Maka, masih diperlukan peningkatan literasi digital pada generasi Z di Kabupaten Sleman karena peningkatan literasi digital diharapkan dapat meningkatkan keamanan dan kesadaran dalam menggunakan dan memanfaatkan platform digital secara optimal.

**Kata Kunci:** Literasi Digital; Generasi Z; Kabupaten Sleman

### Article Info

Submitted: 11-06-2024

Review: 02-12-2024

Accepted: 24-03-2025

**How to Cite:** Kirana, D. A. E., Erwina, W., Erwina, W., & Rohman, A. S. (2025). Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital pada Generasi Z di Kabupaten Sleman dalam Melakukan Transaksi di Shopee. *Literatify : Trends in Library Developments*, 6(1). <https://doi.org/10.24252/literatify.v6i1.48222>

### DOI:

[10.24252/literatify.v6i1.48222](https://doi.org/10.24252/literatify.v6i1.48222)

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Copyright 2025 © the Author (s)

## A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan internet telah mengubah cara masyarakat mencari dan mendapatkan informasi. Di Indonesia, penetrasi internet mencapai 76,3% pada Juli 2022 (Annur, 2023) dan jumlah pengguna internet mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023 (Sadya, 2023). Akses informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, audio, dan video kini lebih mudah dan cepat secara *online*. Media sosial dan platform berbagi konten memungkinkan individu untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas, berbeda dengan proses panjang penerbitan tradisional. Perangkat seperti *smartphone* dan *tablet* juga memudahkan akses informasi kapan saja dan di mana saja.

Namun, meski memberikan banyak manfaat, informasi *online* juga membawa tantangan seperti misinformasi, privasi *online*, dan keamanan informasi. Informasi *online* adalah hasil perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku, memungkinkan akses dan berbagi informasi lebih mudah, serta memengaruhi operasional bisnis dan organisasi.

Meskipun internet menyediakan akses mudah ke berbagai informasi, tidak semua informasi di internet dapat dianggap akurat atau terpercaya. Oleh karena itu, keterampilan literasi digital sangat penting untuk mengelola dan menggunakan informasi *online* dengan bijaksana. Di era digital, literasi digital adalah keterampilan esensial untuk mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara efektif. Namun, tingkat literasi digital di Indonesia masih rendah, dengan hanya 62% menurut CNBC Indonesia Tech & Telco Outlook 2023 (Khoirul, 2023), dan rata-rata indeks literasi digital 3,54 dari 5 menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (PeyHS, 2023).

Menurut National Institute for Literacy, literasi mencakup kemampuan membaca, menulis, berbicara, menghitung, dan memecahkan masalah dalam berbagai aspek kehidupan. UNESCO menambahkan bahwa literasi dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, penelitian institusi, konteks nasional, nilai-nilai budaya, dan penelitian akademik (Singh et al., 2006). Istilah "literasi digital" diperkenalkan oleh Gilster (1997), yang menggambarkan kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital, mirip dengan kemampuan membaca dan menulis di era digital (Bawden, 2018).

Pada penelitian ini, model literasi digital yang digunakan meliputi kemampuan atau keterampilan berjenjang ditulis oleh The Ministry for Education of Maltese Island (2015). Model tersebut membagi keterampilan-keterampilan yang meliputi literasi digital ke dalam beberapa tingkatan, dari tingkat yang paling rendah, hingga tingkat akhir yang dianggap paling tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa saat seseorang menguasai tingkat pertama dari keterampilan yang ada, belum tentu orang tersebut menguasai tingkat selanjutnya. Namun, dapat dipastikan apabila orang

tersebut menguasai tingkatan kedua, dia juga menguasai tingkatan pertama, begitu pun seterusnya.

Model literasi digital ini dikembangkan dari publikasi Renee Hobbs yang berjudul *Digital and Media Literacy: a Plan of Action (2010)*. Dalam hasil adaptasi tersebut, literasi digital dinyatakan meliputi empat kemampuan inti, yaitu *use and share*, *create and collaborate*, *analyse and evaluate*, dan *apply ethical judgement* ([The Ministry for Education of Maltese Island, 2015](#)).

Aktivitas *Use and Share* pada literasi digital diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengoperasikan perangkat digital untuk mengakses informasi digital dan juga kemampuan menyebarkan informasi pada khalayak umum atau orang lain melalui perangkat digital itu sendiri. Artinya, pada tahap awal, seorang yang literer terhadap informasi dan media digital, mereka mampu menggunakan alat-alat untuk mengoperasikan media digital tersebut. Kemampuan itu berkaitan dengan kemampuannya dalam mengakses informasi.

Tahap berikutnya dari Literasi Digital dalam model ini, yaitu *Create and Collaborate* yang diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memanfaatkan media digital, bukan hanya sekedar menggunakannya sebagai alat telusur informasi, tetapi juga sebagai media yang dapat membantunya berkarya dan/atau memecahkan permasalahan. Mereka yang berada pada tahap ini memiliki kompetensi dalam menggabungkan setiap gagasan-gagasan yang ditemukannya pada tahap sebelumnya (*Use and Share*). Dalam proses penggabungan gagasan-gagasan tersebut, mereka dapat bekerja sendirian maupun berkolaborasi dengan orang lain. Gagasan-gagasan yang dihasilkan itu nantinya akan menjadi pengetahuan baru yang mungkin akan mereka disebarkan kembali pada khalayak umum atau juga sebagai alternatif pemecahan masalah. Dengan demikian, tampak jelas bahwa pada tahap ini, kompetensi yang ditekankan adalah kreativitas dalam menyusun tulisan atau pengetahuan baru.

Tahap berikutnya, yaitu *Analyse and Evaluate* tidak hanya membutuhkan kemampuan dalam menggabungkan informasi yang satu dengan informasi lainnya, lalu menciptakan pengetahuan baru dari proses penggabungan tersebut. Pada tahap ini, mereka cenderung dituntut untuk dapat menilai terlebih dahulu informasi yang ditemukannya sebelum menggunakannya. Mereka harus mampu mengukur tingkat kredibilitas penulis, tingkat keakuratan informasi, dan bahkan membandingkan tulisan yang satu dengan yang lainnya. Sehingga, orang yang sudah memiliki kemampuan di tahap ini, tidak akan menjadi penerima informasi yang pasif, namun juga dapat lebih berpikir kritis.

Selanjutnya, tahap terakhir dari empat kemampuan inti Literasi Digital menurut [The Ministry for Education of Maltese Island \(2015\)](#) adalah *Apply Ethical Judgement* yang erat kaitannya dengan tanggung jawab sosial. Pada tahap ini, mereka menggunakan dan memanfaatkan informasi digital dengan etis, dalam cara yang dapat dipertanggungjawabkan. Artinya, mereka yang literasi digitalnya sudah ada

pada tahap ini dianggap mampu menggunakan informasi secara legal dan etis. Misalnya, saat menggunakan gagasan orang lain dalam tulisannya, dia menyadari bahwa dia harus menyantumkan nama pemilik gagasan tersebut, karena mereka sudah mulai menggunakan pertimbangan moral. Disamping itu, mereka juga menyadari akan risiko-risiko dan bahaya yang mungkin ditimbulkan oleh media digital, seperti kesulitan membedakan kredibilitas informasi yang tersebar di internet, banyaknya informasi-informasi yang memuat kebohongan dan provokasi, dan penyalahgunaan penggunaan informasi yang tersedia di internet.

Literasi digital penting dalam kehidupan sehari-hari dan berperan penting dalam membantu seseorang mengambil keputusan, memungkinkan individu mengakses berbagai sumber informasi *online* untuk mendukung keputusan mereka. Dalam kegiatan pemasaran, akses luas terhadap informasi produk melalui internet telah mengubah perilaku konsumen yang kini mencari informasi cepat dan terkini. Perkembangan industri dan bisnis juga dipengaruhi oleh informasi *online*, dengan banyak perusahaan menggunakan *e-commerce* untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan.

*E-commerce* merupakan platform belanja yang melibatkan transaksi jual beli produk atau layanan melalui internet, terus berkembang pesat (Suyanto, 2003). Shopee adalah salah satu pelaku *e-commerce* terkemuka di Indonesia, unggul dalam survei Populix selama Hari Belanja Online Nasional dengan 90% responden memilihnya, dan survei Alvora Research Center menunjukkan Shopee sebagai layanan *e-commerce* terpopuler di kalangan remaja Indonesia pada Maret 2022, dipilih oleh 69,9% generasi Z (Annur, 2022).

*E-commerce* membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan memperluas bisnis mereka. Namun, belanja *online* seringkali menimbulkan keraguan bagi konsumen karena kurangnya interaksi langsung dengan penjual dan ketidakmampuan untuk melihat atau merasakan produk secara langsung. Hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap kredibilitas dan kehandalan penjual serta keaslian produk.

Penelitian oleh Gefen & Straub (2004) menunjukkan bahwa kurangnya literasi digital, terutama dalam hal keamanan dan kredibilitas *online*, dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap belanja *online*. Dong-hyeok (2017) juga menemukan bahwa literasi digital yang rendah membuat konsumen kesulitan memproses ulasan *online* dengan baik. Oleh karena itu, literasi digital sangat penting untuk membantu konsumen memahami dan mengevaluasi informasi, aspek keamanan, serta menggunakan alat-alat belanja online dengan efektif, yang semuanya berkontribusi signifikan terhadap proses transaksi belanja *online*.

Keterampilan literasi digital sangat penting bagi generasi Z terutama ketika melakukan transaksi belanja online di platform digital. Generasi Z, lahir pada tahun 90-an dan tumbuh di era 2000-an, memiliki karakteristik khusus dalam

memanfaatkan *e-commerce*, seperti Shopee. Terbiasa dengan teknologi sejak dini, mereka lebih suka menggunakan perangkat mobile untuk belanja praktis kapan saja. Influencer digital memiliki pengaruh besar pada generasi Z, sering kali mendorong mereka untuk membeli produk yang direkomendasikan. Generasi Z juga menghargai kemudahan dalam proses transaksi, seperti sistem pembayaran mudah, beragam pilihan pengiriman, dan keamanan yang terpercaya, yang semuanya mendukung pengalaman belanja mereka yang praktis dan aman.

Pertumbuhan *e-commerce* dan platform belanja *online* memudahkan konsumen menjelajahi produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian dari rumah. Kemampuan individu untuk beroperasi secara efektif dalam lingkungan digital, memahami aspek keamanan, mengevaluasi informasi, dan menggunakan alat-alat belanja *online* berperan penting ketika seseorang berperilaku dalam menggunakan platform belanja *online*. Maka dari itu diperlukan analisis terlebih dahulu mengenai seberapa besar tingkat kemampuan literasi digital pada seseorang yang melakukan belanja pada platform digital. Hal tersebut menjadi landasan ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang "Analisis tingkat kemampuan literasi digital generasi Z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee" yang bertujuan untuk menganalisis tingkat kemampuan literasi digital pada generasi Z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee.

Aspek-aspek yang dianalisis pada penelitian ini disesuaikan dengan model literasi digital yang digunakan, yaitu kemampuan menggunakan dan menyebarkan, kemampuan menciptakan dan mengolaborasikan, kemampuan menganalisis dan mengevaluasi, dan kemampuan menerapkan penilaian etikal. Dari analisis keempat aspek kemampuan literasi tersebut, akan menjawab rumusan masalah penelitian yaitu "Bagaimana tingkat kemampuan literasi digital pada Generasi Z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee?". Setelah menganalisis seberapa besar tingkat kemampuan dari masing-masing kemampuan inti literasi digital, akan diketahui apa saja yang perlu ditingkatkan kemampuan literasi seseorang yang melakukan belanja pada platform digital.

Penelitian ini akan dilakukan terhadap masyarakat berusia 18-25 tahun di Kabupaten Sleman, yang termasuk generasi Z. Generasi ini adalah pengguna aktif Shopee, dengan 69,9% dari mereka memilihnya sebagai platform belanja utama menurut survei Alvara Research Center pada Maret 2022 (Annur, 2022). Riset Kredivo dan Katadata Insight Center pada 2021 juga menunjukkan bahwa generasi Z adalah kelompok yang sangat aktif berbelanja *online* setelah generasi Milenial (Bayu, 2022).

Kabupaten Sleman dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu kabupaten dengan populasi terbesar di Provinsi DI Yogyakarta, yang memiliki tingkat literasi digital tertinggi di Indonesia pada tahun 2021. Menurut laporan "Status Literasi Digital Indonesia 2021" oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Katadata Insight Center, Yogyakarta memiliki skor indeks literasi

digital 3,71 dari skala 1-5 (Kominfo, 2022). Dengan demikian, masyarakat Kabupaten Sleman dianggap relevan untuk penelitian tentang analisis kemampuan literasi digital dalam melakukan transaksi di Shopee.

Penelitian mengenai Analisis Tingkat Kemampuan Literasi Digital pada generasi Z di Kabupaten Sleman dalam Melakukan Transaksi di Shopee pada bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan. Pembahasan topik literasi digital dan perilaku belanja *online* telah banyak diangkat dalam bentuk beragam karya ilmiah. Terlebih dengan perkembangan era digital saat ini, topik literasi digital menjadi hal yang menarik untuk dibahas. Meskipun ada penelitian sebelumnya tentang literasi digital dan perilaku belanja *online*, belum banyak penelitian yang secara khusus mengeksplorasi mengenai literasi digital seseorang dalam menggunakan platform belanja *online*. Tidak hanya itu, penggunaan model literasi digital yang dikembangkan dari publikasi Renee Hobbs belum pernah dikaitkan dengan penggunaan platform belanja *online*. Ini menjadi celah pengetahuan yang perlu diisi.

Adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital seseorang dalam menggunakan teknologi digital terutama dalam menggunakan platform digital. Penelitian ini penting dilakukan terutama pada penggunaan platform belanja *online* karena literasi digital menjadi sangat penting untuk melakukan transaksi *online* dengan aman dan nyaman. Kurangnya literasi digital membuat seseorang rentan terhadap penipuan *online* dan menghindari adanya kejadian-kejadian yang buruk saat mereka melakukan transaksi *online*. Di samping itu, dalam penelitian ini penting untuk mengetahui tingkat kemampuan literasi digital seseorang dalam mengakses informasi pada platform digital sehingga dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran tentang literasi digital sehingga penelitian ini dapat berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup seseorang dengan meningkatkan kemampuan literasi digital.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang merupakan metode penelitian yang menitikberatkan pada pengumpulan dan analisis data yang dapat diukur secara kuantitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Dalam melakukan analisis data, digunakan program SPSS 26. Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur kemampuan literasi digital. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2013) Populasi yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Sleman yang tergolong dalam kelompok umur generasi Z yaitu pada umur 18 tahun sampai dengan 25 tahun yang pernah melakukan transaksi di Shopee. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi DIY pada <https://kependudukan.jogjaprov.go.id/> total penduduk Kabupaten Sleman semester II 2021 pada umur 18-25 tahun sebanyak 125.447 jiwa. Ukuran sampel yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% adalah 99,99 yang dibulatkan menjadi 100. Teknik pengambilan sampel yang

digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* karena tidak setiap bagian dari populasi dapat dipilih sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan di penelitian ini adalah *purposive sampling* karena peneliti lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasinya. Adapun sampel penelitian ini merupakan masyarakat Kabupaten Sleman dengan kriteria yaitu masyarakat Kabupaten Sleman, generasi Z pada kelompok umur 18-25 tahun, pernah melakukan transaksi di aplikasi Shopee. Dengan dasar perhitungan yang telah dilakukan, sampel yang dipilih untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang merupakan generasi Z di Kabupaten Sleman yang pernah melakukan transaksi di aplikasi Shopee. Dari penyebaran kuesioner, dari total 100 orang generasi Z di Kabupaten Sleman yang terpilih sebagai responden, terdiri dari 69 perempuan dan 31 laki-laki. Analisis data penelitian dilakukan dengan melakukan pengkategorian jumlah skor tanggapan responden pada setiap variabel yang disajikan dalam bentuk tabel. Menurut Azwar dalam (Carlos et al., 2013). Tujuan dari kategorisasi adalah untuk mengelompokkan individu ke berbagai kategori yang berbeda secara bertingkat berdasarkan atribut yang diukur. Pada penelitian ini, skor jawaban responden dikategorikan menjadi tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah.

### C. Hasil Penelitian

#### Kemampuan Menggunakan dan Menyebarkan

Keterampilan *use and share* (menggunakan dan menyebarkan) informasi serta media di lingkungan digital merupakan kemampuan dasar dari literasi digital. Hampir seluruh model dari kompetensi literasi digital pada tahap awal pasti merupakan keterampilan dalam menggunakan produk digital itu sendiri. Seseorang dikatakan memiliki literasi digital apabila ia mampu menggunakan, memanfaatkan, atau mengoperasikan produk digital. Pada teori yang digunakan dalam penelitian ini, keterampilan tahap awal tersebut adalah *use and share* (menggunakan dan menyebarkan) yang meliputi kemampuan seseorang dalam mengoperasikan perangkat digital untuk menunjang kebutuhan sehari-hari, kemampuan mengoperasikan berbagai aplikasi yang terdapat dalam komputer/smartphone dan produk digital lainnya, serta kemampuan memanfaatkan perangkat digital untuk mengakses informasi digital dan juga untuk menyebarkan informasi pada khalayak umum atau orang lain melalui perangkat digital itu sendiri. Berikut hasil penelitian terkait kemampuan menggunakan dan menyebarkan kepada 100 responden.

**Tabel 1** Kemampuan Menggunakan dan Menyebarkan pada Generasi Z di Kabupaten Sleman

No	Kemampuan Menggunakan dan Menyebarkan	f	%
1	Tinggi	0	0%
2	Sedang	87	87%

3	Rendah	13	13%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan data tersebut, tergambar bahwa kebanyakan responden yaitu 87 orang dari total 100 orang memiliki kategori sedang dalam kemampuan menggunakan dan menyebarkan, tidak ada responden dengan kemampuan tinggi dalam menggunakan dan menyebarkan dan 13 orang diketahui memiliki kemampuan rendah dalam menggunakan dan menyebarkan.

Kemampuan *use and share* diperlukan di masa sekarang karena hal tersebut merupakan salah satu pengaruh dari yang diciptakan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap gaya hidup individu, bahwa:

”Perkembangan TIK telah mengubah cara orang bekerja, menjalin hubungan, dan menghabiskan waktu luang mereka dengan menggunakan media dan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Adaptasi ini bergantung pada kemampuan dan kekuatan institusi dan individu untuk memperoleh keterampilan dan keahlian yang dibutuhkan untuk memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik sebagai bagian dari budaya di mana upaya menuju literasi untuk semua konteks dan teks media dan TIK menjadi penting.” Atau dalam bahasa aslinya: *”People work, establish relationships and spent their leisure time using media and Information and Communication Technologies (ICT). This adaptation depends, in turn, the capacity and powers of the institutions and individuals to obtain the necessary skills and abilities to use them properly as a part of a culture in which is necessary to effort actions towards literacy for all contexts and texts of media and ICT (Pérez-Tornero et al., 2010)”*

Dengan kata lain, teknologi sebagai bagian integral dari kegiatan manusia, dan kemampuan untuk menguasai dan menggunakan teknologi tersebut secara efektif menjadi keterampilan yang sangat penting dalam budaya modern. Hal ini didukung dengan yang disampaikan oleh salah satu responden.

”Penggunaan perangkat digital kayak hp laptop buat kehidupan sehari-hari menurut aku sih penting banget ya, apalagi buat komunikasi. Kan jaman sekarang kalo mau menghubungi orang buat berbagai keperluan tuh penting banget punya hp, dan tentunya juga internet dibutuhin banget.. Aplikasi yang digunain menghubungi orang lain juga bermanfaat buat komunikasi sehari-hari sama temen-temen maupun keluarga, jaman dulu kan pakanya kebanyakan pake surat menyurat terus pernah juga pake sms, sekarang ada WhatsApp, Instagram, Facebook... itu membantu banget buat komunikasi sehari-hari. Dan agak gak mungkin juga kalo seharian gak pake hp kali ya buat jaman sekarang.. nanti komunikasinya gimana dong? Masa mau balik lagi kayak jaman dulu pake surat.. Tapi walaupun sekarang udah gampang karena ada teknologi, harus *aware* juga makenya... biar gak kemakan hoax.

Penggunaan aplikasi gak cuma buat komunikasi doang sih kalo sekarang ya, ada aplikasi belanja *online* kayak Shopee.. semua jadi mudah karena gak perlu keluar rumah.”

## Kemampuan Menciptakan dan Mengolaborasikan

Keterampilan *create and collaborate* (menciptakan dan mengolaborasikan) menggambarkan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan media digital, bukan hanya sekedar menggunakannya sebagai alat telusur informasi, tetapi juga sebagai media yang dapat membantunya berkarya dan/atau memecahkan permasalahan. Pada tahap ini, seseorang dinyatakan literer terhadap digital apabila mampu menciptakan atau membuat informasi baru dari informasi digital yang ditemukannya pada tahap *use and share* (menggunakan dan menyebarkan) sebelumnya. Pada proses menciptakan informasi baru tersebut, seseorang bisa melakukan kolaborasi. Kolaborasi yang dimaksud dapat berupa kolaborasi antarpersona, di mana seseorang bekerja sama dengan orang lainnya dalam menciptakan suatu informasi atau dapat juga berupa kemampuan mengolaborasikan informasi-informasi yang ditemukannya. Dengan demikian, tampak jelas bahwa pada tahap ini, kompetensi yang ditekankan adalah kemampuan memanfaatkan media digital, kemampuan menyusun tulisan atau pengetahuan baru, serta kemampuan mengolah dan memanfaatkan informasi yang ditemukan. Berikut hasil penelitian terkait kemampuan menciptakan dan mengolaborasikan 100 responden.

**Tabel 2** Kemampuan Menciptakan dan Mengolaborasikan pada Geneerasi Z di Kabupaten Sleman

No	Kemampuan Menciptakan dan Mengolaborasikan	f	%
1	Tinggi	47	47%
2	Sedang	48	48%
3	Rendah	5	5%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan data tersebut, tergambar bahwa kebanyakan responden yaitu 48 orang dari total 100 orang memiliki kategori tinggi dalam kemampuan menciptakan dan mengolaborasikan, 47 orang dengan kemampuan sedang dalam menciptakan dan mengolaborasikan, dan hanya terdapat 5 orang dengan kategori rendah.

Kemampuan membuat dan mengolaborasikan informasi digital, seperti mengoperasikan produk digital, serta menciptakan dan memanfaatkan informasi digital sangat diperlukan mengingat dengan kondisi bahwa:

”Saat ini perkembangan teknologi memungkinkan seseorang untuk membuka diri dalam memberikan informasi baik yang sifatnya akademik maupun non-akademik ke dalam situs web (Kurniasih, dkk. 2018)”.

Dengan tuntutan tersebut, generasi Z menjadi terbiasa menggunakan media dan informasi digital yang tersebar di internet, baik dalam memberikan informasi maupun mengakses informasi. Hal ini didukung dengan apa yang disampaikan oleh salah satu responden.

”Akses internet kan sekarang luas banget, saya kira semua orang bisa mencari banyak informasi di situs manapun, kayak informasi buat sehari-hari atau buat kuliah atau kerjaan... tapi menurut saya, gak banyak orang bisa memilah mana informasi yang bisa ditelan mentah-mentah, banyak yang masih belum bisa bandingin mana informasi yang valid atau enggak... asal comot informasi yang bukan dari aplikasi, web, atau situs resmi. Misal buat belanja *online* saya kira perlu banget buat baca-baca review produk sebelum beli... biar tau barangnya sesuai apa enggak, buat tau produk yang dibeli ori apa enggak juga kita kan bisa tau dari tokonya itu toko resmi apa enggak... sebagai pembeli juga kita harusnya gak boleh ngasih review bohong sama produk yang dibeli.. karena kan nantinya dibaca sama orang-orang yang akan beli.. kasihan kalo ngasih review bohong nanti banyak yang ketipu. Ini penting banget sih buat semua orang, kalo kita perlu bisa bandingin mana informasi yang bener dan enggak, apalagi kalo disebarin. Gak cuma sebagai pencari informasi, sebagai pembuat informasi juga menurut saya perlu fakta dan data sebelum ngasih tau ke orang-orang, gak cuma ngomong dan nyebarin informasi tanpa bukti. Jadi, menurut saya kedua hal itu sama-sama penting buat semua orang sebagai pencari informasi dan pembuat informasi... Tapi menurut saya keduanya belum banyak orang melek di keduanya.”

### **Kemampuan Menganalisis dan Mengevaluasi**

Pada tahap *analyse and evaluate* (menganalisis dan mengevaluasi), seseorang dinyatakan literer terhadap digital apabila ia mampu menganalisis dan mengevaluasi informasi-informasi digital yang ditemukannya atau media-media digital yang digunakannya. Tahap ini meliputi kemampuan menentukan kredibel atau tidaknya suatu informasi, berpikir kritis dalam menerima informasi, dan kemampuan membandingkan setiap informasi digital yang ditemukan agar bisa menentukan informasi yang paling relevan dan dibutuhkan. Berikut hasil penelitian terkait kemampuan menganalisis dan mengevaluasi kepada 100 responden.

**Tabel 3** Kemampuan Menganalisis dan Mengevaluasi pada Generasi Z di Kabupaten Sleman

No	Kemampuan Menganalisis dan Mengevaluasi	f	%
1	Tinggi	45	45%
2	Sedang	40	40%
3	Rendah	15	15%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa hampir sebagian dari seluruh responden yaitu 45 orang dari total 100 orang memiliki kategori tinggi dalam kemampuan menganalisis dan mengevaluasi, terdapat 40 orang dengan kategori sedang dan 15 orang dengan kategori rendah dalam kemampuan menganalisis dan mengevaluasi.

Respon generasi Z terhadap *analyse and evaluate* (menganalisis dan mengevaluasi) informasi digital yang tersebar di internet di atas menunjukkan pada dasarnya mereka yang literer terhadap digital mengetahui bahwa tidak setiap informasi yang tersebar di ruang digital hanya memuat kebenaran. The Ministry for Education of Maltese Island (2015) menyatakan bahwa:

“Mereka yang literer terhadap digital memiliki kemampuan *analyse messages in a variety of forms by identifying the author, purpose and point of view, and evaluating the quality and credibility of the content*. Artinya bahwa seseorang yang literer terhadap digital adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menguraikan pesan dalam banyak bentuk dengan mengenali penulis, sudut pandang, dan tujuan, serta mengkaji kualitas dan kredibilitas konten tersebut.”

Maka, literasi digital tak hanya mencakup keahlian memanfaatkan teknologi digital, namun juga keahlian untuk memahami serta menilai informasi yang ditemukan secara *online*, termasuk keaslian, kualitas, dan tujuan dari pesan yang disampaikan. Hal tersebut didukung oleh pernyataan salah satu responden yang pernah melakukan transaksi di Shopee.

“Perlu banget buat semua orang punya kemampuan mendeteksi hoax atau informasi palsu. Misalnya informasi yang didapat darimana, dari situs mana. Aku sendiri kalo cari-cari informasi pasti mastiin dulu itu situsnya resmi apa enggak. Kalo kaitannya sama belanja *online*, aku biasanya beli barang di toko resmi sih, kan kalo di Shopee ada *star seller* gitu, nah aku beli di sana soalnya takut kalo beli di toko lain, takut produknya gak ori.. di Shopee juga kan ada toko yang udah terverifikasi Shopee Mall, nah aku biasanya juga kalo cari-cari produk nyarinya di Shopee Mall, biar yakin kalo produk yang aku beli

original. Aku juga kalo beli barang di *online shop* selalu baca review dari pembeli-pembeli sebelumnya, produknya ori atau enggak, dan ngehindarin banget beli di yang gak ada review dari pelanggan-pelanggannya.

### Kemampuan Menerapkan Penilaian Etikal

*Apply ethical judgement* (menerapkan penilaian etikal) erat kaitannya dengan tanggung jawab sosial. Pada tahap ini, seseorang yang literer terhadap digital akan menggunakan dan memanfaatkan informasi digital dengan etis, dalam cara yang dapat dipertanggungjawabkan serta menggunakan informasi digital secara legal agar dapat dipertanggungjawabkan. Kemampuan menggunakan informasi secara legal dan etis ini meliputi pengimplementasian aturan-aturan pengutipan dalam tulisan, mencantumkan sumber rujukan dari setiap informasi yang ditemukan di internet, dan mengetahui bahwa penggunaan/pemanfaatan informasi dikatakan legal jika mencantumkan sumbernya.

**Tabel 4** Kemampuan Menerapkan Penilaian Etikal pada Generasi Z di Kabupaten Sleman

No	Kemampuan Menerapkan Penilaian Etikal	f	%
1	Tinggi	7	7%
2	Sedang	93	93%
3	Rendah	0	0%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa hampir seluruh responden yaitu 93 orang dari total 100 orang memiliki kategori sedang dalam kemampuan menerapkan penilaian, hanya 7 orang yang memiliki kemampuan tinggi, dan tidak ada yang memiliki kemampuan rendah dalam menerapkan penilaian etikal.

Mengacu pada data penelitian di atas, dapat diketahui bahwa respon generasi Z terhadap pernyataan-pernyataan terkait *apply ethical judgement* (menerapkan penilaian etikal) terhadap informasi digital yang tersebar di internet didominasi dengan tanggapan setuju dan hal tersebut berarti mereka yang literer terhadap digital diasumsikan mampu menyikapi produk digital dengan bertanggung jawab. The Ministry for Education of Maltese Island (2015) menyatakan bahwa:

“Salah satu keterampilan yang dimiliki oleh mereka yang literer terhadap digital adalah *reflect on one’s own conduct and communication behaviour by applying social responsibility and ethical principles*. Artinya adalah kemampuan untuk

merenungkan perilaku komunikasi dengan melakukan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial serta etika.”

Ini berarti individu yang literat digital tidak hanya mampu menggunakan teknologi dengan cermat, tetapi juga mampu mempertimbangkan implikasi sosial dan etis dari perilaku dan interaksi mereka dalam lingkungan digital. Hal ini didukung dengan pernyataan salah satu responden.

”Informasi yang aku ambil di internet kalo aku sebarin aku selalu ngasih tau sumbernya dari mana dan nyatumin alamat situsnya, kan gak bisa aku nyebari informasi dengan gak nyatumin situs asalnya, nanti orang-orang pada gak percaya.. Kayak gini penting banget dijadiin kebiasaan, kalo asal ambil informasi tanpa nyatumin situs asalnya sama aja nyuri dong, di kuliah pun diajarin kalo nulis artikel atau skripsi kita perlu nyatumin sumbernya di daftar pustaka biar orang-orang yang baca pada tau sumber-sumber informasinya... kalo gak dicantumin sumbernya sama aja plagiat dong, di kehidupan sehari-hari pun gak jauh beda, kalo misal kita belanja *online*, terus kita mau ngasih review produk yang dibeli, ya sebagai pembeli harus jujur ngasih reviewnya, jangan ngasih review bohong. Dan misal sebagai penjualpun kalo kita mau jual barang menurut aku gak etis kalo foto barang yang dijual ngambil foto produk penjual lain..”

## Kemampuan Literasi Digital

Berkut hasil penelitian terkait kemampuan literasi digital kepada 100 responden.

**Tabel 5** Kemampuan Literasi Digital pada Generasi Z di Kabupaten Sleman

No	Kemampuan Literasi Digital	f	%
1	Tinggi	27	27%
2	Sedang	55	55%
3	Rendah	18	18%
	Jumlah	100	100%

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 55 orang dari 100 orang memiliki tingkat kemampuan literasi digital yang sedang. Kemampuan literasi digital ini meliputi empat kemampuan inti, yaitu *use and share*, *create and collaborate*, *analyse and evaluate*, dan *apply ethical judgement*. Maka, secara keseluruhan dapat dinyatakan bahwa tingkat kemampuan literasi digital yang mencakup empat kemampuan inti pada generasi z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 55% dan hanya sebagian kecil yang memiliki literasi digital rendah, yaitu 18%.

#### D. Pembahasan

Berdasarkan data penelitian pada tabel 1 kemampuan *use and share* (menggunakan dan membagikan) informasi digital yang tersebar di internet, terlihat bahwa kemampuan *use and share* generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 87% dari seluruh total responden. Artinya, hampir seluruh responden pada kemampuan menggunakan dan menyebarkan memiliki pemahaman yang cukup baik tentang teknologi digital dan dapat menggunakan berbagai alat dan platform dengan efektif untuk menunjang kebutuhan sehari-hari, seperti mendapatkan informasi ataupun sebagai media komunikasi, mengakses informasi, dan menelusuri informasi. Namun, perlu diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat responden yang memiliki kategori tinggi, oleh karena itu kemampuan menggunakan dan menyebarkan informasi digital perlu ditingkatkan pada generasi Z yang memiliki kategori rendah dalam kemampuan menggunakan dan menyebarkan. Kemampuan menggunakan dan menyebarkan perlu ditingkatkan mengingat dengan teknologi yang semakin maju dari waktu ke waktu. Kemampuan menggunakan dan menyebarkan informasi sangat diperlukan adaptasi seseorang dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan untuk melengkapi hasil penelitian, menunjukkan bahwa pernyataan responden sesuai dengan dampak yang dihasilkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap gaya hidup manusia, bahwa perkembangan TIK telah mengubah cara orang bekerja, menjalin hubungan, dan menghabiskan waktu luang mereka dengan menggunakan media dan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Adaptasi ini bergantung pada kemampuan dan kekuatan institusi dan individu untuk memperoleh keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi tersebut dengan baik sebagai bagian dari budaya di mana upaya menuju literasi untuk semua konteks dan teks media dan TIK menjadi penting (Pérez-Tornero et al., 2010).

Dengan kata lain, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, dan kemampuan untuk menguasai dan menggunakan teknologi tersebut secara efektif menjadi keterampilan yang sangat penting dalam budaya modern. Maka, respon generasi Z pada pernyataan-pernyataan mengenai kemampuan *use and share* (menggunakan dan menyebarkan) informasi digital yang tersebar di internet pada data di atas dinyatakan sesuai dengan kondisi saat ini di mana penggunaan media teknologi informasi dan komunikasi menjadi suatu gaya hidup dalam masyarakat. Bahkan, hampir seluruh masyarakat sudah menggunakan dan memanfaatkannya, hanya saja kemampuan menggunakan dan menyebarkan informasi perlu terus menerus ditingkatkan sesuai dengan perkembangan teknologi.

Pada tabel 2 kemampuan *create and collaborate* (menciptakan dan mengkolaborasi) berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 48% dari seluruh total responden. Artinya, hampir separuh dari seluruh responden memiliki

kemampuan memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai penggunaan teknologi digital dan dapat memanfaatkan informasi dari berbagai jenis media digital untuk memahami informasi, menggunakan platform untuk memenuhi kebutuhan informasi, menemukan dan membandingkan informasi dari berbagai mesin pencari, serta mengolah informasi yang ditemukan di internet menjadi informasi baru. Sebanyak 47% dari seluruh total responden juga berada pada kategori tinggi dalam kemampuan menciptakan dan mengolaborasi, hal ini tidak berbeda jauh dengan responden dengan kategori sedang yang berarti hampir seluruh responden memiliki kemampuan dalam *create and collaborate* (menciptakan dan mengolaborasi) informasi digital yang tersebar di internet, dan hanya sedikit dari seluruh responden yang memiliki kemampuan yang rendah dalam menciptakan dan mengolaborasi informasi.

Kemampuan menciptakan dan mengolaborasi informasi digital, seperti mengoperasikan produk digital, serta menciptakan dan memanfaatkan informasi digital di atas sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini yang memungkinkan seseorang untuk membuka diri dalam memberikan informasi baik yang sifatnya akademik maupun non-akademik ke dalam situs web (Kurniasih, dkk. 2018). Dengan tuntutan tersebut, generasi Z menjadi terbiasa menggunakan media dan informasi digital yang tersebar di internet. Hal ini didukung dari hasil wawancara dengan salah satu responden di atas yang menunjukkan bahwa responden menjadi salah satu generasi Z yang terbiasa menggunakan media dan informasi digital yang tersebar di internet, baik dalam memberikan informasi maupun mengakses informasi.

Pada tabel 3 kemampuan *analyse and evaluate* berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 45% dari seluruh total responden. Artinya, hampir sebagian dari responden memiliki kemampuan menganalisis dan mengevaluasi memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menentukan informasi berasal dari sumber yang dapat dipercaya atau sumber yang tidak dapat dipercaya serta dapat dengan mudah menentukan informasi yang melanggar aturan hukum, berbahaya, atau menyesatkan sebelum menggunakan informasi tersebut. Namun, masih terdapat 15% dari total responden memiliki kemampuan dengan kategori rendah. Hal ini berarti masih diperlukan peningkatan kemampuan dan menganalisis dan mengevaluasi informasi yang ada pada platform digital karena kemampuan menentukan informasi yang melanggar aturan hukum sangat dibutuhkan dan tidak semua informasi yang tersebar memuat kebenaran.

Hal ini didukung dengan hasil wawancara responden mengenai kemampuan *analyse and evaluate* (menganalisis dan mengevaluasi) informasi digital yang tersebar di internet. Pernyataan responden sesuai dengan pernyataan bahwa mereka yang literer terhadap digital mengetahui tidak semua informasi yang tersebar di internet hanya memuat kebenaran. Menurut The Ministry for Education of Maltese Island (2015) menyatakan bahwa seseorang yang literer terhadap digital adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menganalisis pesan dalam berbagai bentuk dengan

mengidentifikasi penulis, tujuan, dan sudut pandang, serta mengevaluasi kualitas dan kredibilitas konten tersebut. Artinya, literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi digital, tetapi juga kemampuan untuk memahami dan menilai informasi yang ditemukan secara *online*, termasuk keaslian, kualitas, dan tujuan dari pesan yang disampaikan. Kemampuan mengevaluasi informasi pada era digital ini bahkan sudah dianggap sebagai isu utama yang harus diperhatikan agar terciptanya masyarakat informasi yang cerdas.

Pada tabel 4 kemampuan *apply ethical judgement* (menerapkan penilaian etikal) berada pada kategori sedang yaitu sebanyak 93% dari seluruh total responden. Artinya, mayoritas individu dengan kemampuan menerapkan penilaian etikal memiliki kemampuan yang cukup baik namun perlu ditingkatkan hingga memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memanfaatkan dan menggunakan informasi dengan cara yang dapat dipertanggungjawabkan karena kemampuan ini sangat penting untuk memastikan informasi berasal dari sumber resmi, dan mengetahui hak cipta dan kekayaan intelektual terkait dengan informasi yang didapat sehingga mampu mempertimbangkan informasi yang perlu atau tidak perlu disebar. Dapat diketahui bahwa respon responden terhadap pernyataan-pernyataan terkait *apply ethical judgement* (menerapkan penilaian etikal) terhadap informasi digital yang tersebar di internet didominasi dengan tanggapan setuju. Hal ini menunjukkan mereka literer terhadap digital dan diasumsikan mampu menyikapi produk digital dengan bertanggung jawab.

Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu responden mengenai kemampuan menerapkan penilaian etikal yang menunjukkan bahwa responden menjadi salah satu yang literer. Pernyataan responden tersebut sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh The Ministry for Education of Maltese Island (2015) bahwa salah satu keterampilan yang dimiliki oleh mereka yang literer terhadap digital adalah kemampuan untuk merenungkan perilaku dan perilaku komunikasi sendiri dengan menerapkan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial dan etika. Ini berarti individu yang literat digital tidak hanya mampu menggunakan teknologi dengan cermat, tetapi juga mampu mempertimbangkan implikasi sosial dan etis dari perilaku dan interaksi mereka dalam lingkungan digital. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk berpartisipasi secara bertanggung jawab dalam dunia digital, memahami dampak dari tindakan mereka, dan bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial. Bentuk-bentuk dari penggunaan informasi digital dengan bertanggung jawab diantaranya adalah mengecek sumber informasi, menghargai hak cipta, menggunakan data pribadi dengan bijak, dan mempraktikkan keamanan digital

Secara keseluruhan, berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa sebagian besar kemampuan literasi digital generasi Z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 55%, 27% dengan kategori tinggi, dan hanya sebagian kecil yang memiliki literasi digital rendah, yaitu 18%. Maka, dapat dinyatakan bahwa mayoritas generasi z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee memiliki tingkat kemampuan literasi digital

sedang, tetapi masih diperlukan peningkatan kemampuan literasi digital pada generasi Z yang memiliki kategori rendah. Dari keempat kemampuan inti literasi digital yang diteliti, kemampuan yang perlu ditingkatkan pada responden yang memiliki literasi digital yang rendah cenderung pada kemampuan menggunakan dan menyebarkan dan kemampuan menganalisis dan mengevaluasi.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya mendorong peningkatan literasi digital pada generasi Z, tetapi juga di semua kalangan masyarakat terutama dalam menggunakan platform atau media digital. Hal ini dilakukan agar semua pengguna informasi dapat menggunakan platform digital secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi dan menghindari adanya informasi yang tidak benar. Berkaitan dengan penggunaan platform belanja *online*, kemampuan literasi digital diperlukan untuk meningkatkan keamanan dan keselamatan pengguna dalam transaksi *online* termasuk menghindari adanya penipuan sehingga dengan kemampuan literasi digital yang baik pengguna dapat meningkatkan pengetahuan mengenai penggunaan teknologi digital dan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan platform digital.

Upaya yang dilakukan untuk mengoptimalkan edukasi literasi digital salah satunya dapat dilakukan melalui media sosial. Pemilihan media sosial sebagai sarana edukasi direkomendasikan karena banyaknya individu yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu tujuan utama dalam menggunakan internet. Selain itu, pemerintah Kabupaten Sleman disarankan dapat membuat program pengembangan literasi digital dengan mengembangkan program-program komunitas yang berfokus pada peningkatan literasi digital di masyarakat, khususnya generasi Z yang dapat dijalankan secara berkelanjutan dengan melibatkan kolaborasi antara pemerintah Kabupaten Sleman, sekolah-sekolah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memastikan efektivitasnya dalam meningkatkan keterampilan literasi digital generasi Z di wilayah tersebut. Program pelatihan mengenai literasi digital bagi generasi Z yang dapat diselenggarakan melalui serangkaian workshop, seminar, dan sesi pelatihan interaktif yang melibatkan pengajar yang ahli di bidang literasi digital dan informasi. Dengan meningkatkan literasi digital, diharapkan masyarakat akan lebih percaya diri dan mahir dalam menggunakan platform digital terutama ketika memanfaatkan platform digital untuk transaksi *online*, sehingga hal ini dapat meningkatkan minat dan kepercayaan dalam berbelanja secara daring.

Untuk penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mengeksplorasi faktor-faktor yang tidak terukur atau tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini, serta implikasinya bagi teori dan praktik. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat memberikan saran untuk bidang terkait, seperti mengeksplorasi aspek-aspek lain dari literasi digital yang mungkin memengaruhi keputusan berbelanja *online*. Dengan melakukan studi lebih lanjut, akan lebih memperdalam pemahaman tentang dinamika belanja *online* dan faktor-faktor yang memengaruhinya, sehingga

memungkinkan untuk menjadi panduan yang lebih komprehensif bagi praktisi dan pengambil kebijakan dalam meningkatkan pengalaman belanja *online* bagi konsumen.

## E. Kesimpulan

Kemampuan literasi digital generasi Z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 55% dan hanya sebagian kecil yang memiliki literasi digital rendah, yaitu 18%. Kemampuan yang diukur meliputi empat kemampuan inti, yaitu *use and share, create and collaborate, analyse and evaluate*, dan *apply ethical judgement*, dengan rincian hasil penelitian menemukan bahwa kemampuan menggunakan dan menyebarkan generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 87%, kemampuan menciptakan dan mengolaborasikan generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 48%, kemampuan menganalisis dan mengevaluasi generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori tinggi yaitu sebanyak 45%, dan kemampuan menerapkan penilaian etikal generasi Z di Kabupaten Sleman pada kategori sedang yaitu sebanyak 93%. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa mayoritas generasi z di Kabupaten Sleman dalam melakukan transaksi di Shopee memiliki tingkat kemampuan literasi digital sedang, yang berarti responden memiliki literasi digital yang cukup namun masih perlu ditingkatkan terutama dalam menggunakan platform digital sehingga pemanfaatan platform digital dalam melakukan transaksi belanja dapat dilakukan secara optimal.

## Daftar Pustaka

- Annur, C. (2022). *Platform E-commerce yang Digunakan Responden untuk Berbelanja (Maret 2022)*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/28/e-commerce-terpopuler-di-kalangan-anak-muda-siapa-juaranya>
- Annur, C. (2023). *Penetrasi Internet Indonesia Peringkat ke-8 di ASEAN, Siapa Teratas?* Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/06/penetrasi-internet-indonesia-peringkat-ke-8-di-asean-siapa-teratas>
- Bawden, D. (2018). Encountering on the road to Serendip? Browsing in new information environments. In *Innovations in Information Retrieval*. <https://doi.org/10.29085/9781856049733.003>
- Bayu, D. (2022). *Riset: Milenial Paling Banyak Belanja di E-Commerce pada 2021*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-milenial-paling-banyak-belanja-di-ecommerce-pada-2021>
- Carlos, Y., Sutanto, T., & Soebijono, T. (2013). Rancang Bangun Sistem Informasi Penilaian Kinerja Sopir Taksi Menggunakan Metode Scoring System Pada PT. Merpati Wahana Taksi. *Jurnal JSIKA*, 2(2).
- Dong-hyeok, S. (2017). Understanding user's overall evaluations of online reviews: An elaboration likelihood model perspective. *Computers in Human Behavior*.
- Gefen, D., & Straub, D. W. (2004). Consumer trust in B2C e-Commerce and the

- importance of social presence: Experiments in e-Products and e-Services. *Omega*, 32(6). <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.01.006>
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley.
- Khoirul, A. (2023). *Paling Rendah di ASEAN, Tingkat Literasi Digital RI Cuma 62%*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230214171553-37-413790/paling-rendah-di-asean-tingkat-literasi-digital-ri-cuma-62>
- Kominfo. (2022). *Status Literasi Digital Indonesia 2021*. Katadata Insight Center.
- Kurniasih, N., Hasyim, C., Wulandari, A., Setiawan, M. I., & Ahmar, A. S. (2018). Comparative Case Studies on Indonesian Higher Education Rankings. *Journal of Physics: Conference Series*, 954(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/954/1/012021>
- Pérez-Tornero, J. M., Paredes, O., Baena, G., Giraldo, S., Tejedor, S., & Fernández, N. (2010). Trends and models of Media literacy in Europe: Between digital competence and critical understanding. *Análisi*, 40. <https://doi.org/10.7238/a.v0i40.1146>
- PeyHS. (2023). *[Berita Foto] Kominfo Rilis Status Literasi Digital Indonesia Tahun 2022*. KOMINFO. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/47178/berita-foto-kominfo-rilis-status-literasi-digital-indonesia-tahun-2022/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/47178/berita-foto-kominfo-rilis-status-literasi-digital-indonesia-tahun-2022/0/berita_satker)
- Sadya, S. (2023). *APJIII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. DataIndonesia.Id.
- Singh, D., Choovong, L., Cheunwattana, A., Guaysuwan, P., & David, L. (2006). Development of Information Literacy through School Libraries in South-East Asian Countries. *Reforming Learning, Curriculum and Pedagogy: Innovative Visions for the New Century*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyanto, M. (2003). Top, Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Dunia. *PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, September*.
- The Ministry for Education of Maltese Island. (2015). *Green Paper Digital Literacy: 21st Century Competences for Our Age*. Department of eLearning.