



Survei Konsumsi Digital dan Literasi Media Warga Koto Mambang

A Survey on Digital Consumption and Media Literacy Among Koto Mambang Residents

**Ridho Saputra¹, Malta Nelisa², Muhammad Fauzan³, Tarisa Adestri⁴,
Erli elviana⁵, Intan Dafriani⁶**

Universitas Negeri Padang

Email : ridho2018r@gmail.com¹, maltanelisa@gmail.com², muhammadfauzan260705@gmail.com³,
tarisaadestrita99@gmail.com⁴, erliviana99@gmail.com⁵, intandafriani22@gmail.com⁶

Article Info

Article history :

Received : 05-01-2026

Revised : 07-01-2026

Accepted : 09-01-2026

Pulished : 11-01-2026

Abstract

This study aims to describe the patterns of digital consumption and the level of media literacy among the residents of Koto Mambang Village. Using a descriptive quantitative approach, data were collected through structured questionnaires distributed to 31 randomly selected respondents aged 15 years and above, complemented by brief interviews with selected participants. The findings indicate that internet usage is relatively high, with most respondents purchasing data packages monthly. WhatsApp emerged as the most dominant platform, followed by TikTok, YouTube, and Instagram. In terms of information literacy, over half of the respondents demonstrated critical awareness by verifying the truth of information before sharing it, while a smaller portion still relied on others' opinions or spread information without verification. Although nearly half of the participants were familiar with fact-checking methods, a significant proportion remained unaware or only partially understood how to implement them. These results highlight that digital literacy in Koto Mambang Village has developed, yet disparities in knowledge and verification practices persist. Further educational initiatives are necessary to strengthen media literacy skills, particularly through participatory training programs that provide practical guidance on verifying online information

igital consumption, media literacy, rural community

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola konsumsi digital dan tingkat literasi media pada masyarakat Desa Koto Mambang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada 31 responden yang dipilih secara acak dan berusia 15 tahun ke atas, serta dilengkapi dengan wawancara singkat terhadap beberapa responden terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan internet tergolong tinggi, dengan sebagian besar responden membeli paket data setiap bulan. WhatsApp menjadi platform yang paling dominan digunakan, diikuti oleh TikTok, YouTube, dan Instagram. Dari sisi literasi informasi, lebih dari setengah responden menunjukkan kesadaran kritis dengan memverifikasi kebenaran informasi sebelum membagikannya, sementara sebagian lainnya masih bergantung pada pendapat orang lain atau menyebarkan informasi tanpa melakukan verifikasi. Meskipun hampir setengah responden telah mengenal metode pengecekan fakta, sebagian besar lainnya masih belum mengetahui atau hanya memahami sebagian cara penerapannya. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital di Desa Koto Mambang telah berkembang, namun masih terdapat kesenjangan dalam pengetahuan dan praktik verifikasi informasi. Oleh karena itu,



diperlukan inisiatif edukasi lanjutan untuk memperkuat keterampilan literasi media, khususnya melalui program pelatihan partisipatif yang memberikan panduan praktis dalam memverifikasi informasi daring.

Kata Kunci : komunitas pedesaan, konsumsi digital, literasi media

PENDAHULUAN

Kecakapan atau kemampuan individu dalam menggunakan media digital menjadi prasyarat penting bagi setiap individu agar bertahan dalam dunia digital yang semakin kompetitif (Rianto & Sukmawati, 2021, hal 138). Pemerintah menyebutkan bahwa saat ini Indonesia dalam keadaan mengkhawatirkan karena banyaknya konten negatif seperti hoaks yang beredar. Fenomena ini tidak hanya terjadi di perkotaan, tetapi juga mulai menjangkiti masyarakat pedesaan seiring meningkatnya akses internet di wilayah-wilayah tersebut.

Media digital menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses informasi secara real -time, kemampuan untuk menyesuaikan preferensi berita, serta interaksi langsung dengan konten melalui komentar dan berbagi di media sosia (Anugrafianto, 2023, hal. 21). akses terhadap teknologi seharusnya menjadi peluang untuk memperluas wawasan, membuka kesempatan ekonomi, serta memperkuat hubungan sosial. Namun, tanpa pemahaman literasi media yang memadai, masyarakat bisa menjadi korban dari penyalahgunaan informasi digital, termasuk penipuan daring, ujaran kebencian, hingga penyebaran hoaks yang meresahkan.

Oleh karena itu, penting untuk mengukur dan memahami seperti apa pola konsumsi digital masyarakat desa, termasuk seberapa jauh kesadaran mereka terhadap pentingnya verifikasi informasi. Desa Koto Mambang dipilih sebagai lokasi survei karena merupakan representasi desa yang telah cukup terpapar teknologi, namun dengan tingkat pendidikan dan akses informasi yang bervariasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana warga Koto Mambang mengakses dan menggunakan media digital, serta menilai tingkat literasi media mereka dalam kehidupan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan pola konsumsi digital dan tingkat literasi media masyarakat di Desa Koto Mambang. Penelitian dilakukan selama masa pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa pada 17 Juni 2025. Lokasi penelitian dipusatkan di Desa Koto Mambang, Kecamatan Patamuan, Kabupaten Padang Pariaman yang merupakan daerah dengan akses internet yang mulai berkembang namun masih terbatas dalam hal pemahaman literasi media.

Responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 31 orang, dengan rentang usia minimal 15 tahun ke atas. Pengambilan sampel dilakukan secara acak terhadap warga yang bersedia mengisi kuesioner. Responden berasal dari berbagai latar belakang usia, pendidikan, dan pekerjaan untuk memperoleh gambaran yang lebih beragam mengenai konsumsi digital di desa tersebut.

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah disusun secara terstruktur. Pertanyaan dalam kuesioner mencakup kepemilikan gawai pribadi, akses internet, frekuensi

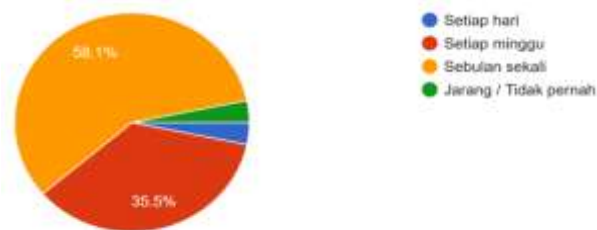


pembelian kuota, jenis media sosial yang digunakan, serta sikap dan kebiasaan warga dalam merespons informasi yang belum jelas kebenarannya. Selain kuesioner, beberapa responden juga diberikan pertanyaan terbuka melalui wawancara singkat untuk memperdalam pemahaman terhadap jawaban yang mereka berikan.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan secara deskriptif dengan menghitung frekuensi dan persentase dari setiap jawaban yang masuk. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk naratif serta diperkuat dengan visualisasi berupa grafik batang atau diagram pie untuk mempermudah pemahaman. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengungkap pola umum penggunaan media digital di desa serta menilai sejauh mana kesadaran warga terhadap pentingnya literasi media dan kemampuan memilah informasi.

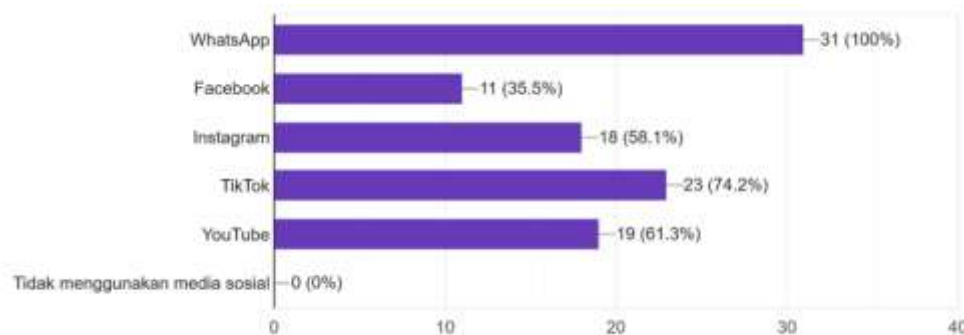
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari responden serta pembahasan terkait pola perilaku penggunaan internet dan media sosial yang diamati dalam penelitian.



Gambar 1: Frekuensi Pembelian Kuota Internet oleh Responden

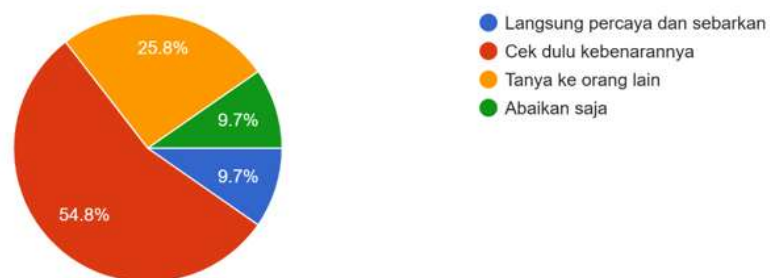
Berdasarkan gambar di atas, mayoritas responden membeli kuota internet sebulan sekali. Hal ini terlihat dari porsi terbesar dalam diagram lingkaran yang mencapai 58%. Sementara itu, sekitar sepertiga dari responden membeli kuota setiap minggu, yang menunjukkan adanya kebutuhan akses internet yang cukup rutin. Hanya sebagian kecil yang membeli kuota setiap hari, dan bahkan lebih sedikit lagi yang jarang atau tidak pernah membeli kuota. Data ini mengindikasikan bahwa kebutuhan terhadap kuota internet cukup tinggi, meskipun frekuensinya berbeda-beda tergantung pada kebiasaan atau kebutuhan masing-masing individu.



Gambar 2: Jenis Media Sosial yang Paling Sering Digunakan oleh Responden

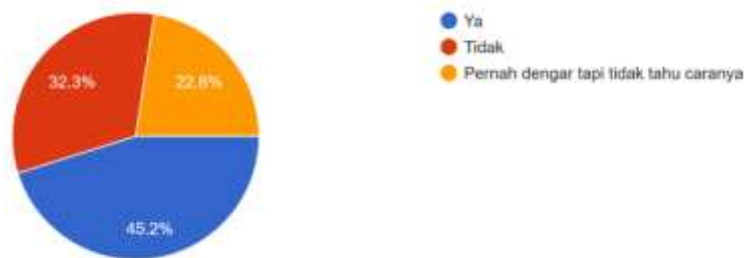


Gambar di atas memperlihatkan platform media sosial yang paling sering digunakan oleh responden. WhatsApp menempati posisi teratas dengan tingkat penggunaan mencapai 100%, yang berarti seluruh responden menggunakannya secara aktif. Hal ini menunjukkan bahwa WhatsApp menjadi media komunikasi utama yang sangat dominan. Di bawahnya, TikTok dan YouTube juga menunjukkan tingkat popularitas yang tinggi, masing-masing digunakan oleh 74,2% dan 61,3% responden. Kedua platform ini dikenal kuat dalam penyajian konten hiburan dan informasi dalam bentuk video, yang tampaknya sangat diminati. Instagram juga cukup populer dengan 58,1 % pengguna, mencerminkan bahwa berbagi foto dan story masih menjadi aktivitas digital yang relevan. Sementara itu, Facebook digunakan oleh 35,5% responden, menunjukkan bahwa meskipun pamornya mulai menurun di kalangan pengguna muda, masih ada sebagian yang memanfaatkannya. Tidak ada satu pun responden yang menyatakan tidak menggunakan media sosial sama sekali, sehingga bisa disimpulkan bahwa seluruh peserta survei aktif di setidaknya satu platform sosial. Data ini memperkuat anggapan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan digital masyarakat.



Gambar 3: Pola Perilaku Responden dalam Menyikapi Informasi Daring

Berdasarkan diagram di atas, mayoritas responden menunjukkan sikap kritis dalam menghadapi informasi yang diterima dari media sosial. Sebanyak 54,8 % responden memilih untuk memeriksa kebenaran informasi terlebih dahulu sebelum menyebarkannya. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran yang cukup tinggi terhadap potensi penyebaran hoaks di kalangan pengguna media sosial. Namun, masih ada sebagian kecil responden, yaitu 9,7 %, yang langsung mempercayai dan menyebarkan informasi tanpa melakukan verifikasi. Ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran kritis sudah terbentuk pada sebagian besar individu, masih ada celah yang memungkinkan hoaks menyebar. Selain itu, 25,8 % responden lebih memilih untuk menanyakan terlebih dahulu kepada orang lain, yang menandakan adanya ketergantungan pada opini atau pandangan sosial sebelum mengambil sikap. Sementara itu, 9,7 % responden memilih untuk mengabaikan informasi tersebut sama sekali, yang bisa berarti kurangnya minat atau ketidakpercayaan terhadap konten di media sosial. Temuan ini secara umum memperlihatkan bahwa meskipun sebagian besar pengguna sudah cukup berhati-hati dalam menyikapi informasi digital, masih diperlukan edukasi lanjutan untuk mendorong perilaku verifikasi sebagai kebiasaan umum.



Gambar 4: Pemahaman Responden mengenai Pengecekan Informasi Palsu

Berdasarkan gambar di atas, 45,2 %, sudah mengetahui cara mengecek kebenaran suatu berita apakah itu hoaks atau bukan. Hal ini menunjukkan adanya tingkat literasi digital yang cukup baik di kalangan responden. Namun, masih ada 32,3 % responden yang menyatakan tidak mengetahui cara untuk memverifikasi informasi, yang menunjukkan bahwa belum semua individu dibekali kemampuan atau pengetahuan dalam menilai validitas suatu informasi. Selain itu, sebesar 22,6 % responden mengaku pernah mendengar tentang metode pengecekan berita hoaks, tetapi mereka belum mengetahui secara pasti bagaimana cara melakukannya. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun topik mengenai hoaks sudah cukup dikenal, masih diperlukan upaya edukatif yang lebih sistematis untuk memperkuat pemahaman masyarakat terkait teknik dan alat yang bisa digunakan dalam proses verifikasi informasi. Meningkatkan literasi digital sangat penting agar masyarakat tidak mudah terpengaruh oleh informasi palsu yang dapat menimbulkan kesalahpahaman atau bahkan kerugian yang lebih besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Koto Mambang memiliki tingkat penggunaan media digital yang cukup tinggi, dengan mayoritas responden mengakses internet secara rutin, khususnya melalui pembelian kuota bulanan. WhatsApp menjadi platform komunikasi utama yang digunakan seluruh responden, diikuti oleh TikTok, YouTube, dan Instagram yang juga cukup populer. Meskipun sebagian besar responden menunjukkan sikap kritis terhadap informasi di media sosial dan telah mengetahui cara melakukan verifikasi berita, masih terdapat kelompok masyarakat yang belum memahami atau belum menerapkan langkah tersebut secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital di desa tersebut sudah berkembang, namun masih terdapat kesenjangan pengetahuan dan keterampilan dalam memilah informasi yang benar. Sebagai saran, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan metode edukasi berbasis pendekatan partisipatif seperti *workshop* atau pelatihan langsung di tingkat desa yang mengajarkan teknik verifikasi informasi secara praktis, misalnya dengan menggunakan situs pemeriksa fakta atau pencarian balik gambar. Pendekatan ini dapat diintegrasikan dengan metode penelitian tindakan partisipatif (Participatory Action Research) agar hasilnya tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan dampak nyata pada peningkatan literasi digital masyarakat. Dengan metode tersebut, proses penelitian dapat sekaligus menjadi media pembelajaran yang memberdayakan warga untuk menjadi pengguna media digital yang lebih kritis dan bijak.



DAFTAR PUSTAKA

- Anugrafianto, T. R. (2023). Analisis dampak media digital terhadap pola konsumsi berita generasi millennial di Indonesia. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 21–25.
- Milyane, T. M., Darmaningrum, K., Natasari, N., Setiawan, G. A., Sembiring, D., Fitriyah, N., ... & Putri, M. S. (2023). *Literasi Media Digital*. Penerbit Widina.
- Nugraha, M. R., Suseno, N. S., & Yatnosaputra, R. U. D. S. (2025). POLA KONSUMSI BERITA DAN TINGKAT LITERASI MEDIA PADA GENERASI Z DI KOTA GARUT. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 10(3), 669-683.
- Rianto, P., & Sukmawati, A. I. (2021). Literasi digital pelajar di Yogyakarta: Dari consuming ke prosuming literacy. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 137–159. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i1.20612>