



Peranan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) UPNVYK Dalam Penggunaan Media Literasi Digital Pada Perekonomian Masyarakat Padukuhan Padaan Wetan, Kulon Progo, Yogyakarta

Awang Hendrianto Pratomo^{1*}, Mujaddid Kubro Al Muafid², Dechika Anjeli Lubis³, Nabila Febriana Putri⁴, Fayza Rafli Widahendry⁵, Suciana Nabila Nur 'Aini⁶, Teguh Santosa⁷, Alya Fawwaz Zainnisa⁸, Febbyona Olivia Br Ginting⁹, Fito Henry Dewantoro¹⁰, Wahyu Uswatun Khasanah¹¹

¹ Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik Industri, UPN "Veteran" Yogyakarta.

² Jurusan Teknik Lingkungan, Fakultas Teknologi Mineral, UPN "Veteran" Yogyakarta.

³ Jurusan Ilmu Hubungan Nasional, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁴ Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁵ Jurusan Teknik Perminyakan, Fakultas Teknologi Mineral, UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁶ Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁷ Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri, UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁸ Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁹ Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Yogyakarta.

¹⁰ Jurusan Teknik Geologi, Fakultas Teknologi Mineral, UPN "Veteran" Yogyakarta.

awang@upnyk.ac.id, 114210117@student.upnyk.ac.id, 151210015@student.upnyk.ac.id, 14221011@student.upnyk.ac.id,
113210054@student.upnyk.ac.id, 153210179@student.upnyk.ac.id, 122210041@student.upnyk.ac.id,
141210265@student.upnyk.ac.id, 152210076@student.upnyk.ac.id, 141210039@student.upnyk.ac.id,
111210065@student.upnyk.ac.id

Abstrak

Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan dalam menggunakan media digital, alat komunikasi, atau jaringan untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, dan membuat informasi. Literasi digital mencakup penggunaan teknologi secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, serta patuh terhadap hukum, yang penting dalam komunikasi dan interaksi sehari-hari. Dalam era digital saat ini, kemampuan ini tidak hanya terbatas pada penggunaan perangkat seperti ponsel dan laptop, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai keamanan digital, etika dalam berinternet, dan kemampuan menyaring informasi. Dalam dunia usaha, literasi digital memainkan peran penting dalam mengoptimalkan strategi *marketing* atau *digital marketing*. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh mahasiswa KKN UPN "Veteran" Yogyakarta angkatan 81 di Padukuhan Padaan Wetan menjadi jembatan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat setempat. Kegiatan ini meliputi sosialisasi dan diskusi terkait literasi digital pada bidang pemasaran digital serta survei *door-to-door* dalam mengukur tingkat pemahaman masyarakat terhadap hal tersebut. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan literasi digital masyarakat, termasuk dalam akses media sosial, penggunaan pembayaran non-tunai, dan kesadaran akan keamanan digital. 81th

Kata Kunci : Literasi Digital, Digital Economy, KKN, Teknologi Informasi, Pengabdian Masyarakat

Abstract

Digital literacy is needed knowledge and required skill in using digital media, communication tools or networks to find, evaluate, use and create information. Digital literacy encompasses the healthy, wise, intelligent, careful, appropriate and law-abiding use of technology, which is needed in everyday communication and interaction. In the digital era, this ability is not only limited to the use of devices such as cellphones and laptops but also includes an understanding of digital security, internet etiquette and the ability to filter information. In the business world, digital literacy plays an important role in optimizing marketing strategies or digital marketing. The 81th of



Kuliah Kerja Nyata (KKN) which has been conducted by students of UPN "Veteran" Yogyakarta in Padaan Wetan became an effort to improve the digital literacy of the local community. The activities included socialization and discussions related to digital marketing and digital literacy, as well as door-to-door surveys to evaluate the level of digital literacy. This activity showed a significant improvement in the community's digital literacy skills for accessing social media, cashless payment usage, and digital security awareness.

Keywords : Digital Literacy, Digital Economy, KKN, Information Technology, Comunity Service

Corresponding Author

Nama : Awang Hendrianto Pratomo

Email : awang@upnyk.ac.id



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright (c) 2024 by the Authors

I. PENDAHULUAN

Literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, serta patuh terhadap hukum dalam rangka membina komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari [1]. Menurut Sumiati dan Wijonarko literasi digital merupakan salah satu kebutuhan bagi terwujudnya operasional pendidikan [2]. Gilster (1997) berpendapat bahwa konsep literasi tidak hanya kemampuan membaca namun juga perlu membaca dengan makna dan dapat dimengerti [3]. Di era sekarang yang serba digital, tidak hanya mencakup kemampuan dasar seperti penggunaan *handphone* dan laptop namun juga mencakup pemahaman seperti keamanan digital, etika dalam menggunakan internet, dan kemampuan menyaring informasi yang didapat. Literasi digital semakin penting karena hampir setiap saat manusia menggunakan teknologi seperti pendidikan, pekerjaan dan hingga interaksi sosial.

Dalam dunia usaha, literasi digital pun memiliki peran penting untuk mengoptimalkan strategi *marketing* atau *digital marketing*. *Digital marketing* adalah rangkaian proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, komunikasi, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen [4]. Menurut Wardhana (2015) *digital marketing* memiliki sejumlah strategi dalam memasarkan produk. Strategi tersebut terdiri dari: ketersediaan informasi produk dan paduan produk; gambar-gambar atau ilustrasi produk; video; lampiran dokumen-dokumen yang berisi informasi dalam berbagai format dan komunikasi *online* dengan pengusaha; ketersediaan alat transaksi dan variasi media pembayaran [5]. Suwana dan Lily (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengguna internet yang aktif namun memiliki literasi yang rendah hal ini disebabkan oleh latar belakang pendidikan yang rendah, kurangnya fasilitas, kurangnya latihan dan besarnya pengaruh budaya patriarki [6]. Jumiati (2020) mengatakan bahwa pemanfaatan *digital marketing* dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM dari tahun ke tahun [7]. *Digital marketing* dan literasi digital memiliki peran yang



sangat penting karena dapat membantu dalam pengembangan *strategy marketing*, seperti memahami algoritma, memahami dalam pembuatan konten, dan menganalisis data mengenai perilaku konsumen. Literasi digital juga memiliki peran yang penting dalam membangun hubungan baik dengan konsumen, seperti memberikan informasi yang relevan dan menarik.

Literasi digital di Indonesia dapat dikategorikan rendah karena beberapa faktor seperti kurangnya akses perangkat teknologi dan kurangnya kesempatan untuk mendapatkan pendidikan teknologi. Selain itu juga banyak masyarakat yang kurang dapat memahami cara menggunakan teknologi digital [8]. Dalam mengetahui tingkat literasi digital, Kelompok KKN AB.81.047.KP dari UPN “Veteran” Yogyakarta melakukan wawancara kepada masyarakat Padukuhan Padaan Wetan, Banjarharjo, Kalibawang, Kulon Progo. Mayoritas masyarakat tersebut menggunakan media sosial Facebook dan WhatsApp sebagai sarana untuk berjualan, karena kemudahan dalam menghubungkan penjual dengan pembeli. Masyarakat juga sudah memahami penggunaan *e-money* dalam transaksi jual beli. Namun masyarakat belum memakai fitur aplikasi *e-commerce*, Instagram bahkan Tiktok dalam kegiatan pemasaran produk secara digital secara optimal. Adanya Instagram dan Tiktok memungkinkan penjual memanfaatkan konten visual dan video yang menarik untuk mempromosikan produk mereka secara kreatif. Sehingga diperlukannya sosialisasi terkait literasi digital dalam memungkinkan penjual untuk memahami analitik platform, perilaku konsumen, dan tren pasar. Masyarakat juga menyatakan bahwa sering mendapati konten hoaks.

Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) menyatakan terdapat 4 pilar literasi digital yang penting yaitu *digital safety*, *digital culture*, *digital ethics*, dan *digital safety* [9]. *Digital Skills* adalah Kemampuan untuk menemukan, menggunakan, membuat, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan konten/informasi dengan keterampilan kognitif dan teknis menggunakan teknologi. *Digital Culture* adalah wawasan kebangsaan dalam berinteraksi di ruang digital, yang melibatkan pemahaman tentang budaya digital dan etika berinteraksi di *online*. *Digital Ethics* adalah etika digital yang melibatkan menjaga sikap dan menyesuaikan diri untuk tetap rasional dalam berinteraksi di dunia maya, serta menjaga informasi pribadi. *Digital Safety* adalah keamanan informasi yang mencakup perlindungan data pribadi dan keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari [10].

Berdasarkan pada 4 pilar literasi tersebut, sangatlah penting pemahaman tentang literasi digital baik pelaku bisnis dan masyarakat luas. Maka dari itu, penulis mengadakan sosialisasi mengenai *digital marketing* dan literasi digital melalui pengabdian masyarakat (KKN) di Padukuhan Padaan Wetan, Banjarharjo, Kalibawang, Kulon Progo yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan seperti pengetahuan yang lebih baik dalam memanfaatkan analisis dan pengembangan bisnis, dapat memahami betapa pentingnya privasi, keamanan, dan etika digital terkait risiko penipuan *online* dan penyebaran informasi palsu serta memastikan interaksi digital sesuai dengan norma dan hukum yang berlaku. Kegiatan ini diharapkan dapat memotivasi maupun meningkatkan wawasan masyarakat dan pelaku UMKM



lokal di Padukuhan Padaan Wetan dalam mengoptimalkan potensi yang ada menjadi usaha bisnis yang lebih berkembang.

Masyarakat kita, terutama generasi muda membutuhkan perhatian, bimbingan dan pendampingan dari orang tua, pendidik juga pemerintah, karena mereka sangat rentan dalam memperoleh konten-konten atau informasi negatif terutama dari media sosial, yang akan berpengaruh pada cara berperilaku mereka. Hal ini menjadikan literasi digital semakin dibutuhkan sebagai salah satu program utama untuk memberikan edukasi dan juga advokasi bagi para pengguna internet, khususnya pengguna media sosial. Untuk berinteraksi di jaman sekarang ini dibutuhkan pemahaman literasi digital, yang sama pentingnya dengan pemahaman ilmu lainnya. Karena generasi milenial yang tumbuh dengan akses tidak terbatas terhadap teknologi memiliki gaya berpikir yang tidak sama dengan generasi sebelumnya. Setiap orang harus memiliki tanggung jawab atas penggunaan teknologi untuk berinteraksi atau berkomunikasi dalam kehidupannya sehari-hari. Konten di media yang berisi berita bohong, bertipu daya, mengandung ujaran kebencian bahkan radikalisme dapat mengganggu ekosistem digital yang ada dengan menciptakan pemahaman dari tiap-tiap individu pengguna.

II. METODE

Metodologi pelaksanaan kegiatan ini dilakukan berdasarkan langkah-langkah berikut, yaitu:

1. Sosialisasi dan Pembelajaran terkait Digital Marketing

Metodologi ini dilaksanakan dengan kegiatan sosialisasi dan diskusi bersama masyarakat Padukuhan Padaan Wetan, Desa Banjarharjo, Kec. Kalibawang, Kab. Kulon Progo, Provinsi D.I. Yogyakarta. Kegiatan ini berisikan sosialisasi dari mahasiswa KKN selaku narasumber terkait literasi *digital marketing* dan diskusi tanya jawab antara peserta dengan narasumber. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui dan memperkenalkan literasi digital, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan potensi pemasaran digital secara meluas serta melakukan transaksi jual beli dengan kemudahan akses yang tak terbatas.

2. Survei secara *Door to Door*

Metodologi ini dilaksanakan dengan kunjungan terhadap 20 rumah warga sebagai sampel dalam mengumpulkan informasi untuk menghitung Angka Literasi Digital di Padukuhan Padaan Wetan.

Berikut merupakan acuan dalam pembuatan data survei dan analisis situasi yang dilakukan oleh tim secara *Door to Door* (Tabel 1).

Tabel 1. Data kuisioner dan survei kepada masyarakat

Kategori	Pernyataan
Keterampilan Digital (Digital Skills)	1. Saya merasa mudah dalam mengakses Media Sosial melalui Ponsel Pintar/ Smartphone (HP) 2. Saya lebih sering belanja melalui online di banding toko



Kategori	Pernyataan
	offline. Contoh: Shopee, Tokopedia, Lazada, Gojek, Grab, dll 3. Saya lebih memilih belanja melalui online karena lebih mudah dan murah
Budaya Digital (Digital Culture)	1. Saya memakai pakaian berdasarkan trend di sosial media 2. Saya lebih banyak menggunakan media sosial untuk mencari hiburan 3. Saya menemukan banyak hoax mengenai informasi di internet
Etika Digital (Digital Ethics)	1. Menurut saya legal saja seseorang melakukan pinjaman secara online 2. Judi online bermanfaat bagi kehidupan bangsa 3. Saat ini saya melakukan pembayaran menggunakan media digital, contoh: Qris, Mbanking, E-Wallet, dll
Keamanan Digital (Digital Secure)	1. Saya membuat katasandi yang mudah untuk media sosial atau aplikasi yang saya miliki seperti Email, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, dll 2. Saya menggunakan kata sandi untuk mengamankan Handphone saya 3. Menurut saya Internet merupakan tempat yang aman untuk meyimpan data diri

Dalam proses pengambilan data survey tersebut, penulis menggunakan skala pengukuran Likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Penulis Menggunakan keterangan sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = netral
- 4 = setuju
- 5 = sangat setuju

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan teknologi informasi menjadi sangat penting di era komputer dan internet saat ini. Tidak hanya memahami cara menggunakan perangkat digital, tetapi juga memahami budaya, keamanan, dan etika di dunia maya. Dengan memahaminya, kita dapat berpartisipasi dengan baik dalam masyarakat digital, melindungi diri dari ancaman siber, dan berperilaku dengan bijak dan bertanggung jawab di dunia maya. Mari kita bahas empat pilar utama literasi digital lebih lanjut yang akan menjadi fondasi penting untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di dunia digital saat ini.

1. Kemampuan Digital (*Digital Skill*)



Kemampuan digital adalah kemampuan penting yang memungkinkan orang menggunakan perangkat digital seperti komputer, tablet, dan smartphone secara efisien. Pilar ini mencakup keterampilan dasar hingga lanjutan dalam mengoperasikan berbagai aplikasi dan perangkat lunak yang umum digunakan dalam kehidupan profesional dan sehari-hari. Misalnya, kemampuan untuk menggunakan *spreadsheet*, alat presentasi, dan perangkat lunak pengolah kata menjadi sangat penting di tempat kerja. Selain itu, kecakapan digital juga mencakup kemampuan untuk mencari informasi secara efektif di internet, memahami cara mesin pencari bekerja, dan memverifikasi kredibilitas sumber informasi yang diakses. Selain itu, kemampuan ini mencakup kemampuan untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan produktif, serta kemampuan untuk cepat menyesuaikan diri dengan teknologi baru yang terus berkembang. Individu yang memiliki kemampuan digital dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan komunikasi.

2. Budaya Digital (*Digital Culture*)

Pilar budaya digital menggarisbawahi betapa pentingnya memahami cara berinteraksi, berkomunikasi, dan berperilaku sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di dunia digital. Pilar ini menekankan bahwa kita tidak hanya harus memiliki kemampuan teknis, tetapi juga harus memiliki kepribadian yang baik saat berkomunikasi di media sosial dan platform digital lainnya. Budaya digital mencakup pemahaman tentang efek dari setiap tindakan yang dilakukan di dunia digital, seperti jejak digital yang kita tinggalkan, dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi reputasi dan privasi kita di masa depan. Selain itu, penghormatan terhadap hak cipta dan kekayaan intelektual di internet merupakan komponen penting dari budaya digital. Ini berarti bahwa kita perlu memahami dan mematuhi aturan tentang penggunaan dan distribusi konten digital. Mereka yang menginternalisasi budaya digital dapat berinteraksi dengan lebih baik dan produktif.

3. Keamanan Digital (*Digital Safety*)

Pilar penting dari keamanan digital menekankan pentingnya melindungi informasi pribadi dan data dari berbagai ancaman yang ada di dunia maya. Pilar ini mencakup pengetahuan tentang berbagai jenis ancaman digital, seperti peretasan, *malware*, penipuan *phishing*, dan pencurian identitas, serta strategi untuk melindungi diri dari ancaman tersebut. Keamanan digital mencakup tindakan seperti penggunaan kata sandi yang kuat dan unik, penerapan otentikasi dua faktor, dan memastikan bahwa perangkat lunak dan perangkat hardware selalu diperbarui untuk mengatasi kerentanan baru. Selain itu, pengetahuan tentang privasi dan pengelolaan data pribadi sangat penting untuk keamanan digital, karena orang harus berhati-hati saat membagikan data secara online dan mengetahui pengaturan privasi yang tersedia di berbagai platform digital. Keterampilan dan pengetahuan tentang keamanan digital dapat membantu orang mengurangi risiko kejahatan digital, seperti serangan siber dan lain sebagainya.

4. Etika Digital (*Digital Ethics*)

Etika digital adalah pilar yang menggarisbawahi prinsip dan tanggung jawab etis yang harus diikuti saat berinteraksi di ruang digital. Pilar ini menekankan betapa pentingnya bertindak dengan jujur, menghormati hak dan privasi orang lain, dan mematuhi hukum dan standar sosial yang berlaku di internet. Etika digital mencakup menghindari menyebarkan informasi palsu atau hoaks, menghindari perilaku berbahaya seperti pelecehan internet, dan menghargai kekayaan intelektual dengan menghindari plagiarisme atau pelanggaran hak cipta. Etika digital juga mencakup tanggung jawab untuk membuat lingkungan online yang positif dan inklusif dengan berkomunikasi dengan sopan dan menghargai pendapat orang lain. Dengan mengikuti standar etika digital, orang tidak hanya menjaga kehormatan dan hubungan di internet, tetapi juga membantu membangun komunitas di internet.

Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN AB.81.047.KP mendapatkan hasil yang cukup memuaskan. Hal itu terlihat pada hasil evaluasi pada pra dan pasca kegiatan. Kegiatan pertama yaitu sosialisasi pengenalan dan pembelajaran literasi digital (Gambar 1), yang dilaksanakan pada 20 Juli 2024. Kegiatan ini dibawakan oleh mahasiswa KKN dan dihadiri oleh pelaku UMKM lokal serta masyarakat di Padaan Wetan. Dengan menemukan permasalahan bahwa mitra mengalami kendala terkait minimnya literasi terhadap digital marketing dan kesulitan dalam pemanfaatan marketplace sehingga tim mencoba melakukan pemberdayaan dalam bentuk pemberian bantuan pada penitikan lokasi UMKM yang berada di Padaan Wetan.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

Kegiatan kedua yaitu survei secara *Door to Door*, yang dilaksanakan pada 5 Agustus 2024. Pada kegiatan ini mahasiswa KKN memberikan angket kepada 20 warga sebagai sampel dalam mengumpulkan informasi untuk menghitung Angka Literasi Digital di Padukuhan Padaan Wetan (Gambar 2).



Gambar 2. Kegiatan Survei Literasi Digital

Setelah dijalankannya program KKN ini, penulis melakukan evaluasi dengan menggunakan kuesioner kepada sejumlah masyarakat Padukuhan Padaan Wetan, Banjarharjo, Kalibawang, Kulonprogo untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat pemahaman literasi digital di padukuhan tersebut. Dari sejumlah responden maka diperoleh presentase sebagai berikut.

Diagram 1 : Persentase Keterampilan Digital

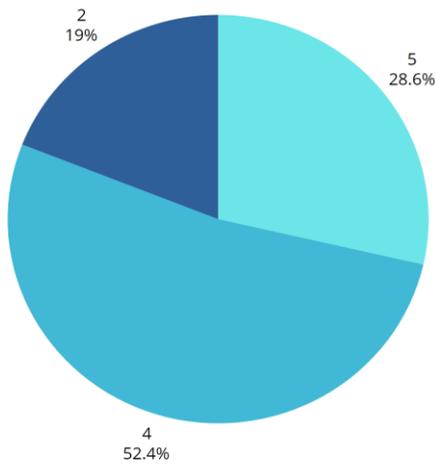


Diagram 1.1. Diagram Kemudahan Mengakses Medsos

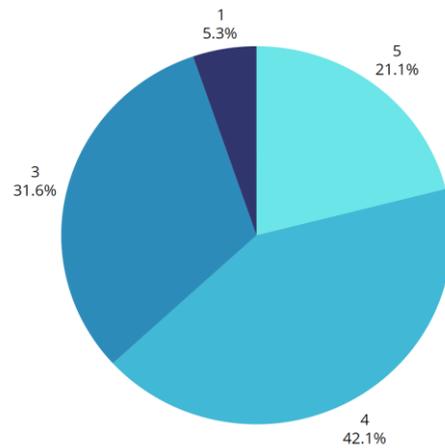


Diagram 1.2. Sering Berbelanja Online

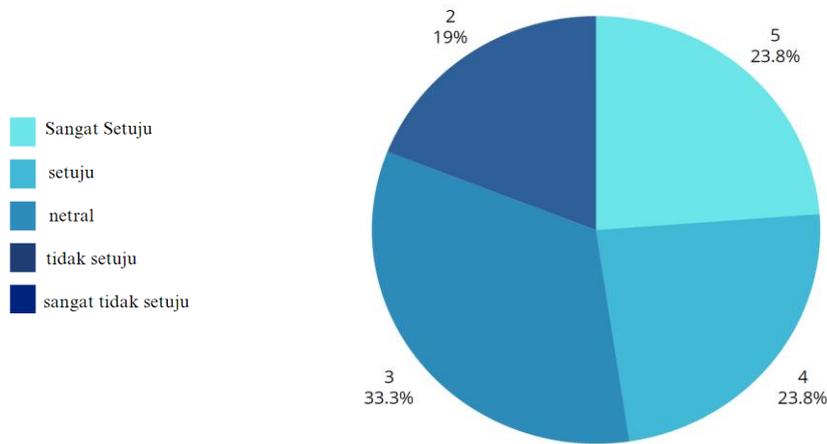


Diagram 1.3. Diagram Memilih Belanja Online

Pada Diagram 1, yang tersaji di atas, maka diagram pertama mengenai bagaimana masyarakat di dusun padaan wetan sudah mengalami kemudahan dalam mengakses media sosial, dengan persentase yang menunjukkan 28% sangat setuju, 52% setuju, dan sekitar 19% tidak setuju akan kemudahan yang diakses. Dengan 80% responden—28% sangat setuju dan 52% setuju—menunjukkan bahwa langkah-langkah yang telah diambil untuk meningkatkan akses media sosial di daerah tersebut cukup efektif. Namun, untuk menjangkau 19 persen yang mengalami kesulitan, masih ada ruang untuk perbaikan. Sebagian besar responden setuju bahwa mereka sering berbelanja *online* melalui berbagai situs web. Ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari populasi Dusun Padaan Wetan telah mengadopsi tren ini dan merasa nyaman dengan tindakan ini. Kemudian pada diagram 1.2 mengenai frekuensi berbelanja *online*, angka menunjukkan sekitar 42.1% orang setuju bahwa mereka sering melakukan belanja *online* di berbagai platform di internet. Sebagian besar responden setuju bahwa mereka sering berbelanja *online* melalui berbagai situs web. Ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari populasi Padukuhan Padaan Wetan telah mengadopsi tren ini dan merasa nyaman dengan tindakan ini. Sebaliknya, hanya 5,3% responden yang tidak setuju bahwa mereka sering berbelanja secara *online*. Ini menunjukkan bahwa sebagian kecil masyarakat mungkin masih lebih suka berbelanja secara konvensional atau menghadapi hambatan tertentu yang menghalangi mereka untuk berbelanja secara *online*, seperti tidak memiliki akses internet, tidak memahami teknologi, atau kekhawatiran tentang keamanan transaksi *online*. Lalu untuk preferensi masyarakat padaan wetan yang ditampilkan pada diagram 1.3, maka persentase menunjukkan sekitar 23,8% orang sangat setuju untuk lebih memilih belanja *online*, 33,3% netral, dan 19% tidak setuju dengan preferensi tersebut. Ada kemungkinan besar belanja *online* akan terus berkembang di Padukuhan Padaan Wetan, karena 23,8% masyarakat sangat setuju dengan preferensi belanja *online*, dan 33,3% bersikap netral (Diagram 2). Namun, untuk

memahami dan memenuhi harapan dan kebutuhan kelompok netral agar mereka dapat lebih cenderung memilih belanja *online*. Sebanyak 19% yang tidak setuju mengatakan bahwa ada kelompok orang yang lebih suka cara belanja konvensional. Sangat penting untuk memahami alasan di balik preferensi ini saat membuat strategi pemasaran yang tepat dan meningkatkan kepercayaan terhadap belanja *online*. Hal ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi digital di Padukuhan Padaan Wetan, mencakup kemampuan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan aman. Dengan memperkuat pilar literasi digital melalui program edukasi dan pelatihan, masyarakat dapat lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi, meningkatkan partisipasi dalam ekonomi digital, dan mengurangi kesenjangan digital di komunitas mereka.

Diagram 2 : Persentase Budaya Digital

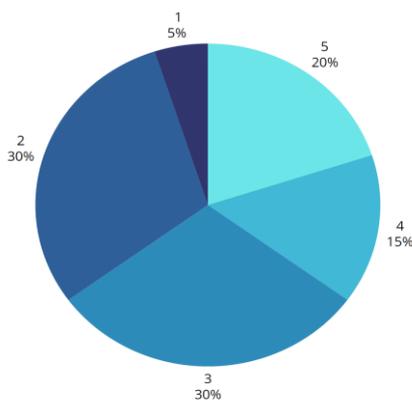


Diagram 2.1. Mengikuti Trend

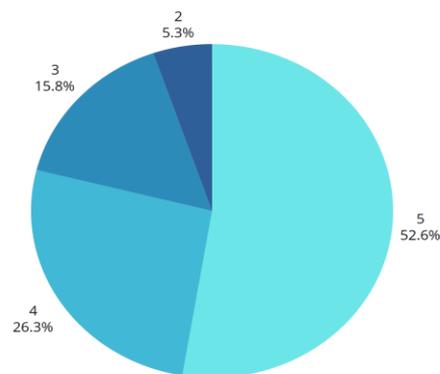


Diagram 2.2. Sosmed Sebagai Hiburan

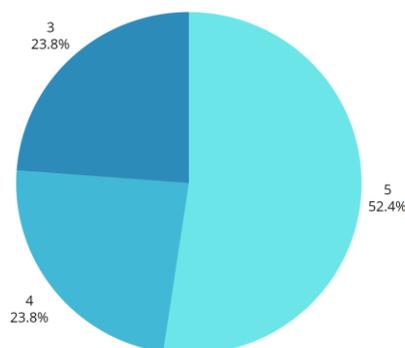


Diagram 2.3. Menemukan Hoaks di Internet

Pada diagram kedua yang tersaji di atas mengenai budaya digital yang ada di Padukuhan Padaan Wetan, maka pada diagram pertama mengenai seberapa banyak masyarakat



yang sering mengikuti *trend*, sekitar 20% yang sangat setuju dengan hal ini, 30% menyatakan netral, 30% menyatakan tidak setuju dalam mengikuti *trend* dan 5% menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan adanya diversitas dalam preferensi masyarakat Padukuhan Padaan Wetan terhadap *trend*. Dengan 20% yang sangat setuju dan 30% yang netral, ada segmen masyarakat yang terbuka terhadap perubahan dan inovasi, sementara 35% (30% tidak setuju dan 5% sangat tidak setuju) lebih konservatif atau selektif. Kemudian pada diagram kedua mengenai pertanyaan apakah sosmed hanya sebagai media hiburan saja, 52,6% menyatakan sangat setuju, 26,3% cukup setuju, 15,8% netral dan 5,3% tidak setuju dengan anggapan tersebut. Ini menunjukkan bahwa pengalaman media sosial masyarakat didominasi oleh konten hiburan, seperti yang ditunjukkan oleh 78,9 persen responden (52,6% sangat setuju, dan 26,3 persen cukup setuju). Meskipun mayoritas orang melihat media sosial sebagai hiburan, 21,1% netral atau tidak setuju, menunjukkan bahwa konten edukatif dan informatif masih dapat dibuat. Pembuat konten, perusahaan, dan lembaga yang ingin memanfaatkan media sosial harus memahami dominasi persepsi ini. Untuk menarik perhatian dan keterlibatan masyarakat, gabungkan elemen hiburan dengan informasi atau edukasi dapat lebih efektif.

Pada diagram (Diagram 3) terakhir mengenai seberapa sering masyarakat menemukan informasi palsu di internet menunjukkan, 52,4% masyarakat sangat sering menemukan berita palsu di internet, dan 23,8% cukup netral untuk menemukan informasi hoaks ini. Data dari Padukuhan Padaan Wetan menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat sering menemukan informasi palsu di internet (52,4% sangat sering dan 23,8% netral). Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan budaya digital, yang mencakup literasi digital, etika digital, dan keamanan digital. Dengan memperkuat pilar-pilar literasi digital, masyarakat dapat lebih kritis dan selektif dalam menyaring informasi yang mereka temui di dunia maya. Edukasi tentang cara mengidentifikasi berita palsu, memverifikasi sumber informasi, dan melaporkan konten yang menyesatkan sangat penting dalam membangun budaya digital yang sehat. Selain itu, mengajarkan etika digital, seperti bertanggung jawab dalam berbagi informasi dan menghormati hak cipta, dapat membantu mengurangi penyebaran hoaks. Meningkatkan keamanan digital juga penting untuk melindungi masyarakat dari berbagai ancaman online. Dengan demikian, memperkuat budaya digital di Padukuhan Padaan Wetan tidak hanya akan mengurangi dampak negatif dari berita palsu, tetapi juga meningkatkan kualitas interaksi dan informasi yang diperoleh melalui internet.

Diagram 3 : Persentase Etika Digital

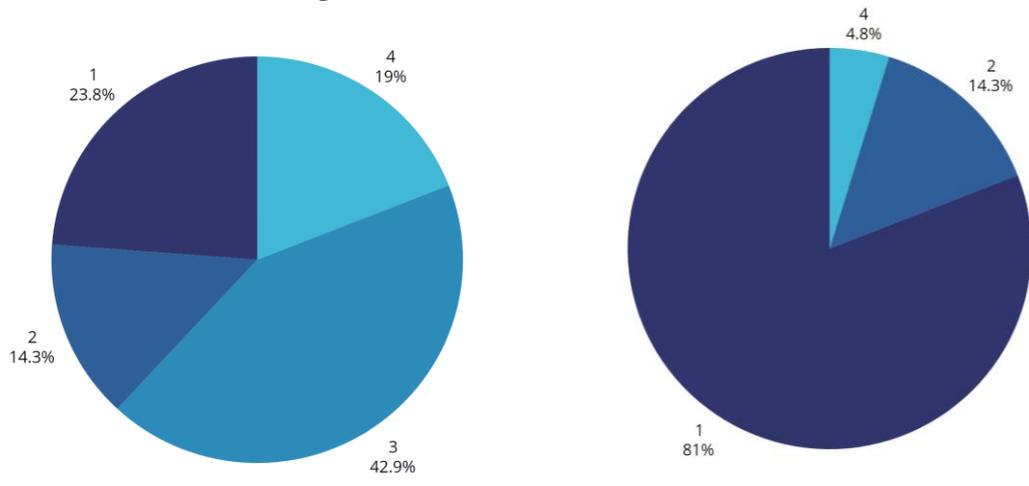


Diagram 3.1. Melakukan Pinjaman Online

Diagram 3.2. Dampak Judi Online

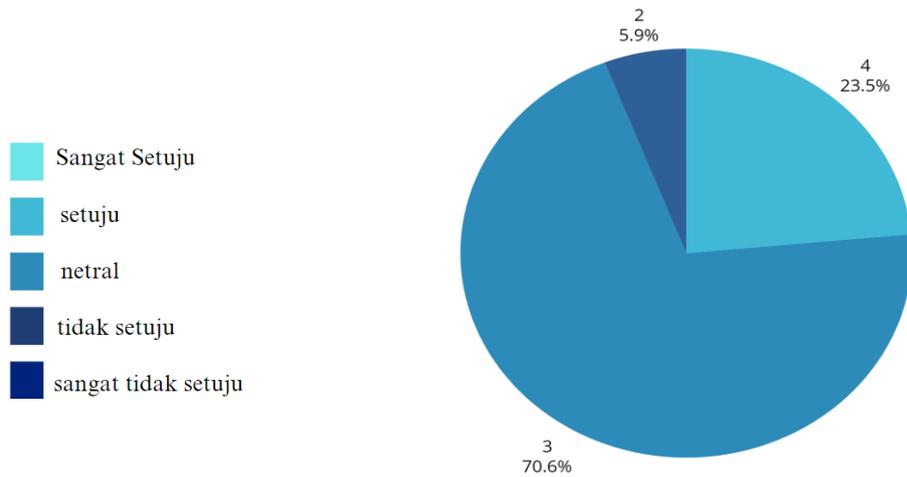


Diagram 3.3. Melakukan Pembayaran Non Tunai

Pada diagram ketiga mengenai etika digital di masyarakat Padukuhan Padaan Wetan, menunjukkan bahwa pada segmen tingkat kelegalan dalam melakukan pinjaman *online*, maka hanya sekitar 19% yang menyatakan setuju, 42,9% menyatakan netral, 14,3% tidak setuju bahkan 23,8% persen menyatakan sangat tidak setuju. Ada keraguan yang signifikan tentang legalitas pinjaman *online* di Padukuhan Padaan Wetan, dengan 42,9% responden yang netral dan 38,1% (14,3 persen tidak setuju dan 23,8 persen sangat tidak setuju) memiliki pandangan negatif. Hal ini dapat disebabkan oleh kekurangan informasi, pengalaman yang tidak memuaskan, atau ketidakpercayaan terhadap layanan pinjaman *online*. Lalu pada segmen kedua mengenai pertanyaan bahwa apakah judi *online* bermanfaat, sekitar 81% menyatakan

sangat tidak setuju, namun terdapat sekitar 4,8% warga yang setuju akan hal tersebut. Dengan 81% anggota masyarakat yang sangat tidak setuju, jelas bahwa judi *online* memiliki dampak negatif yang signifikan di Padukuhan Padaan Wetan. Pemahaman tentang risiko dan efek negatif dari judi *online*, seperti kecanduan, masalah keuangan, dan konsekuensi sosial, mungkin mendorong pandangan ini. Meskipun hanya 4,8% orang melihat manfaat judi *online*, memahami mengapa hanya sebagian kecil orang melakukannya dapat membantu membuat program edukasi yang lebih baik dan mengurangi risiko. Meskipun alasan mereka dapat mencakup pemikiran jangka pendek tentang keuntungan moneter atau hiburan, ini perlu diteliti lebih lanjut. Pada segmen terakhir mengenai frekuensi melakukan pembayaran nontunai, sekitar 23,5% setuju dalam melakukan pembayaran nontunai, 70,6% mentakan netral dan 5,9% menyatakan tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat (70,6%) bersikap netral terhadap pembayaran nontunai, yang berarti mereka mungkin belum sepenuhnya mengadopsi metode pembayaran digital atau hanya menggunakannya dalam kondisi tertentu. Hanya 23,5% yang setuju menggunakan pembayaran nontunai, menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital masih berkembang di komunitas ini. Untuk membangun budaya digital yang aman dan bertanggung jawab, orang harus memahami etika digital, termasuk metode pembayaran yang aman, dan tahu bagaimana mereka harus melindungi data pribadi dan menjaga transaksi digital aman(Diagram 4).

Diagram 4 : Persentase Keamanan Digital

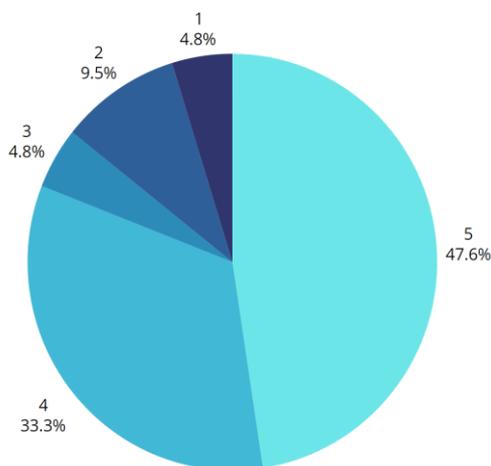


Diagram 4.1. Membuat Kata Sandi Untuk Akun Sosmed

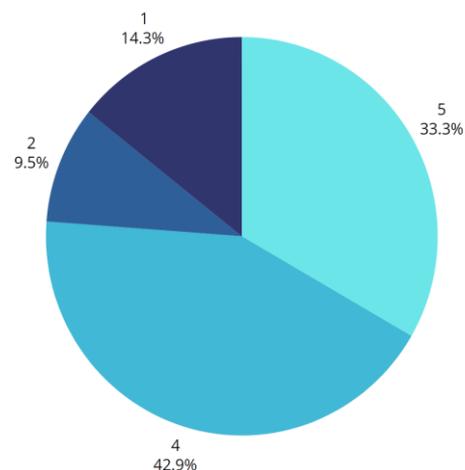


Diagram 4.2. Menggunakan Kata Sandi Untuk Ponsel

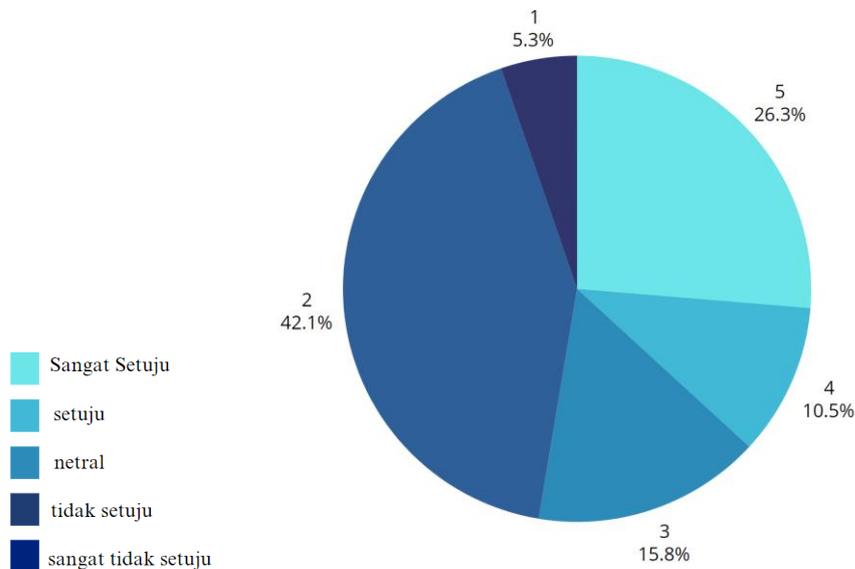


Diagram 4.3. Kepercayaan Terhadap Internet Untuk menyimpan Data Diri

Pada diagram terakhir mengenai pemahaman akan keamanan digital, segmen pertama yaitu seberapa banyak masyarakat yang sudah melakukan pembuatan kata sandi untuk akun sosial media mereka, maka 47,6 % masyarakat sudah sangat setuju dalam melakukannya, 9,5% masih tidak setuju bahkan 4,8% tidak setuju dengan kata lain belum membuat kata sandi untuk media sosialnya. Data ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari masyarakat Padukuhan Padaan Wetan sudah menerapkan praktik dasar keamanan digital dengan membuat kata sandi untuk akun media sosial mereka. Namun, ada sekitar 14,3% responden (9,5% tidak setuju dan 4,8% sangat tidak setuju) yang belum menerapkan praktik ini, yang menunjukkan adanya kekurangan dalam kesadaran tentang keamanan akun digital. Pada segmen kedua yakni mengenai seberapa banyak masyarakat yang sudah mengunci ponselnya dalam bentuk sandi atau *password*, 33,3% warga sangat setuju dalam melakukannya, 42,9% setuju, 9,5% tidak setuju, dan 14,3% sangat tidak setuju. Menurut data, sebagian besar masyarakat di Padukuhan Padaan Wetan (76,2%) sudah mengunci ponsel mereka dengan sandi atau *password*, menunjukkan bahwa mereka menyadari pentingnya melindungi perangkat pribadi dari orang-orang yang tidak berhak. Dan pada segmen terakhir mengenai tingkat kepercayaan untuk menyimpan data diri di internet, maka 26,3 % warga sangat setuju, 10,5% cukup setuju, 15,8% netral, 42,1% tidak setuju dan 5,3% sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat kepercayaan yang dimiliki penduduk Padukuhan Padaan Wetan mengenai penyimpanan data diri melalui internet. Meskipun ada beberapa orang yang merasa nyaman, 47,4% orang mengatakan mereka tidak aman atau tidak nyaman (42,1% tidak setuju, dan 5,3% sangat tidak setuju). Menurut tingkat kepercayaan terhadap penyimpanan data pribadi di internet, 47,4% responden mengatakan bahwa mereka tidak nyaman atau tidak aman saat menyimpan data mereka di internet. Kekhawatiran ini



menekankan betapa pentingnya mendapatkan pengetahuan tentang keamanan data di internet, yang mencakup penerapan teknik enkripsi dan memahami kebijakan privasi. Meskipun terjadi beberapa kemajuan, kebutuhan untuk meningkatkan literasi digital dalam hal keamanan digital sangat jelas, dengan penekanan pada pembuatan kata sandi yang kuat, penguncian perangkat, dan perlindungan data pribadi di internet.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh penulis, maka dapat dilihat total tingkat literasi digital yang dimiliki masyarakat Padukuhan Padaan Wetan adalah sekitar 71,5% yang menunjukkan kemajuan namun tetap ada kesulitan dalam berbagai pilar literasi digital. Pemahaman mengenai keamanan digital telah meningkat dengan pembuatan kata sandi untuk akun media sosial (47,6% sangat setuju) dan penguncian ponsel (76,2% setuju), tetapi masih ada kekurangan yang perlu diatasi, seperti sejumlah kecil orang yang belum melakukannya. Tingkat kepercayaan yang rendah terhadap penyimpanan data di internet (47,4% tidak setuju) menunjukkan bahwa orang harus lebih tahu tentang keamanan dan privasi data *online*. Selain itu, perlu ada peningkatan kesadaran tentang etika digital, terutama yang berkaitan dengan penggunaan teknologi secara bertanggung jawab dan efek digital dari tindakan *online*. Masyarakat dapat memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital dengan menggabungkan pemahaman tentang keamanan, etika, dan budaya digital.

Aktivitas bisnis yang terjadi di masyarakat saat ini masih memerlukan strategi pemasaran yang memadai dengan berbagai macam cara, salah satunya secara luring maupun daring. Seperti yang banyak diketahui bahwasannya aktivitas pemasaran secara luring memerlukan teknik Word Of Mouth (WOM) hingga pemasaran dengan media cetak seperti poster, baliho, atau banner. Sedangkan pemasaran secara daring dilakukan dengan memanfaatkan media digital yang saat ini sedang marak di masyarakat. Keberadaan teknologi yang semakin maju dan meluas, sebisa mungkin harus dimanfaatkan dengan baik seperti penggunaan media digital untuk pemasaran.

Sosialisasi pemasaran secara digital yang ditujukan kepada masyarakat Dusun Padaan Wetan, bukan hanya kepada warga yang memiliki brand berupaproduk namun juga jasa dan kesenian yang dimiliki oleh dusun, seperti kesenian "Topeng Ireng". Dengan begitu sosialisasi dilakukan dengan menjabarkan pentingnya digital marketing dalam dunia bisnis serta memanfaatkan tools digital layaknya aplikasi editing hingga sosial media yang mampu mendukung berjalannya aktivitas digital marketing. Kegiatan sosialisasi digital marketing ditunjukkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Sosialisasi Digital Marketing

Adapun kendala yang dihadapi saat melakukan penjabaran terkait sosialisasi mengenai digital marketing kepada masyarakat yakni, kurangnya antusiasme beberapa warga yang memiliki UKM & UMKM mengenai topik yang dibahas. Oleh karenanya, dalam proses sosialisasi kami melakukan diskusi terkait kendala yang dialami masyarakat mengenai bisnis serta aktivitas pemasaran yang dimiliki selama ini, kemudian kami memberikan alternatif solusi kepada para pemilik usaha dengan memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran yang mudah serta modern.

IV. KESIMPULAN

Pemahaman masyarakat mengenai literasi digital semakin penting seiring perkembangan zaman. Dalam Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 81, mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta yang bertempat di Padukuhan Padaan Wetan, Banjarharjo, Kalibawang, Kulon Progo melaksanakan serangkaian kegiatan guna mengetahui dan meningkatkan pemahaman masyarakat di padukuhan tersebut. Melalui sosialisasi dan pembelajaran terkait literasi digital utamanya pada bidang pemasaran digital serta survei *door-to-door* diperoleh informasi terkait angka literasi digital masyarakat Padukuhan Padaan Wetan. Angka literasi digital didapatkan dengan pengisian kuisioner oleh masyarakat padukuhan meliputi aspek-aspek yang termasuk ke dalam empat pilar literasi digital yaitu kemampuan digital, budaya digital, keamanan digital, dan etika digital. Berdasarkan hasil evaluasi setelah serangkaian kegiatan diperoleh total angka literasi digital masyarakat sebesar 71,5%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah memahami literasi digital meskipun masih terdapat kesulitan dalam beberapa aspek pada pilar literasi digital seperti keamanan digital dan etika digital. Maka dari itu, perlu ada peningkatan kesadaran tentang keamanan digital dan etika digital, terutama yang berkaitan dengan penggunaan teknologi secara bertanggung jawab dan efek digital dari tindakan *online* sehingga masyarakat dapat menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital.



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta (UPN "Veteran" Yogyakarta, Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UPN "Veteran" Yogyakarta, Kepala Desa Banjarharjo, Kapanewon Kalibawang, masyarakat Padukuhan Padaan Wetan, Kalurahan Banjarharjo, Kapanewon Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Provinsi D. I. Yogyakarta yang telah hadir pada rangkaian kegiatan kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Berlam. (2023). Rendahnya Literasi Digital Indonesia. <https://binus.ac.id/character-building/2023/02/rendahnya-literasi-digital-indonesia/>
- Gilster. (1997). Digital Literacy. New York : Wiley.
- Jumiati, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS : Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Kannan, P. K. & Hongshuang, L. (2016). Digital Marketing : A framework, review and research
- Rizal, Chairul. dkk. (2022). Literasi Digital. Padang : PT Global Eksekutif Teknologi. agenda. *International Journal of Research in Marketing*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021, 16 Januari). <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/pemerintahan/faisal-tekanan-4-pilar-literasi-digital-yang-wajib-diterapkan-asn>
- Kominfo, Empat(4) Pilar Literasi Digital dan Urgensi Dalam Penerapan Kurikulum Merdeka. (2023, 8 November). <https://www.sman15tanjabbarat.sch.id/read/116/4-pilar-literasi-digital-dan-urgensi-dalam-penerapan-kurikulum-merdeka>Pragusma, Zakaria
- Sumiati, E., & Wijonarko. (2020). Manfaat Literasi Digital bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan pada saat Pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 65-80.
- Suwana, F., & Lily. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literasi. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3).
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.