

## Level of New Media Literacy Among Teenagers in Using Social Media (Case Study in Nagri Lareh Nan Panjang, District VII Koto Sungai Sarik, Padang Pariaman Regency, West Sumatera Province)

### Tingkat Literasi Media Baru Kalangan Remaja Dalam Penggunaan Media Sosial (Studi Kasus di Nagari Lareh Nan Panjang, Kecamatan VII Koto Sungai Sarik, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat)

Fauziah<sup>1</sup>, Malta Nelisa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author, e-mail: [fauziahvirgo30@gmail.com](mailto:fauziahvirgo30@gmail.com)

#### Abstract

*This research aims to describe the level of new media literacy of adolescents in using social media at the stages of functional consuming, critical consuming, functional prosuming, and critical prosuming. This research uses quantitative research with descriptive methods. The population in the study amounted to 365 people. Samples were taken as many as 79 respondents, namely adolescents in Nagari Lareh Nan Panjang, VII Koto Sungai Sarik District, Padang Pariaman Regency, West Sumatra Province. The sampling technique used was purposive sampling. Data was collected using a questionnaire through google form with a likert scale. The results of this study indicate that: the level of new media literacy among adolescents in the use of social media scored 2.97, which is in the interval 2.50 - 3.24, which is categorized as high. (1) in functional consuming, it scored 3.11 which is in the interval 2.50 - 3.24, so it can be concluded that the adolescents of Nagari Lareh Nan Panjang have a high ability to access and understand the media content delivered; (2) in critical consuming, it has an average score of 2.95 which is in the interval 2.50 - 3.24, so it can be concluded that the adolescents of Nagari Lareh Nan Panjang have a high ability to assess and analyze media content in depth; (3) in functional prosuming, it scored 2.91 which is in the interval 2.50 - 3.24, so it can be concluded that the adolescents of Nagari Lareh Nan Panjang have a high ability to create media content and actively participate in new media spaces; (4) in critical prosuming, it has a score of 2.92 which is in the interval 2.50 - 3.24, so it can be concluded that the adolescents of Nagari Lareh Nan Panjang have a high ability to actively and critically participate in social media.*

**Keywords:** *media literacy, social media, adolescents from the village, new media literacy*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©20xx by author.

## Pendahuluan

Perkembangan media berbasis internet mengalami kemajuan yang signifikan dalam hal teknologi maupun konten dari media itu sendiri, sehingga memberikan dampak pada cara informasi disampaikan dan diterima oleh masyarakat. Media massa yang paling banyak digunakan dan diminati oleh berbagai kalangan usia yaitu media sosial. Penggunaan media sosial telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa tingkat penetrasi internet Indonesia tahun 2024 menyentuh angka 79,5% dengan peningkatan 1,4% dari tahun sebelumnya.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai *platform* komunikasi, namun juga sebagai hiburan, belajar, bisnis, media pembelajaran dan konten edukasi pembelajaran digital menurut Fitriani (2021:1012). Kehadiran media sosial sebagai media baru memberikan kemudahan dalam proses komunikasi, pencarian dan penyebaran informasi secara efektif dan efisien. Internet dan media sosial makin mempermudah arus informasi, sehingga setiap orang dapat mengakses informasi dan saling terhubung tanpa batas ruang dan waktu. Selain itu, fasilitas dan fitur yang tersedia membuat media sosial semakin digemari dari berbagai kalangan masyarakat.

Remaja merupakan kalangan yang paling produktif dalam penggunaan platform media sosial. Hal ini sejalan dengan laporan dari datareportal yang menunjukkan bahwa 126,8 juta pengguna aktif media sosial berusia 18 tahun ke atas. Kemudahan akses dan semakin luasnya pemanfaatan internet khususnya media sosial tidak selalu memberikan dampak positif bagi penggunanya. Penggunaan media sosial yang semakin meningkat mengakibatkan terjadinya penyebaran informasi palsu, kesulitan dalam memverifikasi sumber informasi online, kecanduan media sosial, *cybercrime*, misinformasi dan disinformasi. Isan (2023:477) juga mengungkapkan bahwa media internet sangat berpengaruh terhadap kenakalan remaja seperti suka membantah pada orang tua, berkata kotor, malas belajar, kurangnya etika dalam bergaul, penurunan prestasi belajar, dan pasif dalam kegiatan de sa. Banyaknya informasi yang tersedia di internet membuat masyarakat kesulitan dalam menyaring dan memilih informasi yang relevan dari banyaknya konten yang tersedia. Hal tersebut menyebabkan masyarakat rentan terhadap informasi yang menyesatkan menurut Kurnia (2022:4). Berdasarkan laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika menyampaikan bahwa hingga akhir tahun 2023 terdapat 12.547 isu hoax yang beredar di website dan platform digital.

Remaja sebagai *net generation* perlu dipersiapkan untuk memiliki kemampuan literasi media dalam menggunakan media baru sehingga mampu menggunakan media dengan cerdas dan terhindar dari dampak negatif yang diakibatkan oleh pemakaian media dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, literasi media menjadi pengetahuan wajib yang harus dikuasai oleh pengguna media terkhusus oleh remaja sebagai pengguna aktif media sosial.

Perkembangan teknologi media juga mengakibatkan berkembangnya konsep literasi media. Hadirnya internet dan media sosial sebagai media baru juga memunculkan konsep *New Media Literacy*. Literasi media baru merupakan kemampuan yang tidak hanya menekankan pada kemampuan akses dan menghadapi pesan secara kritis, melainkan juga kemampuan seseorang untuk terlibat secara kreatif dan kritis dalam menggunakan media seperti partisipasi dan produksi suatu konten media sendiri. Dengan kemampuan ini, masyarakat mampu membedakan mana yang dianggap baik dan buruk terhadap pesan yang ada di berbagai media, sehingga penggunaan media baru dapat dilakukan secara efektif, kritis dan cerdas.

Nagari Lareh Nan Panjang merupakan salah satu desa atau nagari yang berada di Kecamatan VII Koto Sungai Sarik, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat dengan luas wilayah 509,00 Ha (<https://larehnanpanjang.padangpariamankab.go.id/>). Nagari ini memiliki 1.827 warga dengan demografi pendidikan yang beragam. Nagari Lareh Nan Panjang terdiri atas empat korong, dimana tingkat konsumsi internet di kalangan remaja terbilang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konter dan toko penye dia data internet.

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada remaja di Nagari Lareh Nan Panjang, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami remaja dalam menggunakan media sosial. Pertama, remaja kesulitan dalam memilih informasi yang relevan dari banyaknya konten media yang tersedia di media sosial. Temuan ini didasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan dengan 6 remaja di Nagari Lareh Nan Panjang. Mereka merasa khawatir akan informasi yang didapatkan karena banyaknya informasi yang belum tentu kebenarannya beredar di media sosial. Hal tersebut menimbulkan kebingungan dan meningkatkan penyebaran informasi palsu. Fenomena tersebut terjadi disebabkan karena mereka tidak melakukan evaluasi terhadap informasi yang diterima. Informasi yang didapat langsung dipercaya tanpa melakukan pengecekan kembali pada sumber yang lain, seperti website resmi. Kedua, kurangnya partisipasi remaja dalam grup/komunitas yang diikuti. Temuan ini didasarkan pada hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mereka mengikuti berbagai grup/fanpage seperti grup kelas, fanpage artis dan quotes tanpa adanya interaksi seperti memberikan komentar maupun like. Mereka bergabung dengan berbagai alasan seperti penasaran dengan gosip tentang artis, hobi, hiburan, kebutuhan kuliah, dan mendapatkan informasi terkait dengan pekerjaan mereka. Namun, dalam aktivitas kelompok di media sosial, mereka sangat jarang bahkan tidak pernah melakukan interaksi dan partisipasi seperti like postingan dan meninggalkan komentar. Hal ini disebabkan karena keinginan dari diri sendiri untuk mendapatkan informasi tanpa berpartisipasi aktif di dalam grup/komunitas.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Tingkat Literasi Media Baru Kalangan Remaja dalam Penggunaan Media Sosial (Studi Kasus di Nagari Lareh Nan Panjang, Kecamatan VII Koto Sungai Sariak, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat)”

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, di mana peneliti menganalisis dan menjabarkan solusi dari permasalahan berdasarkan perhitungan kuantitatif yang telah dikumpulkan dan diolah secara sistematis guna memperoleh temuan ilmiah. Penelitian ini akan mendeskripsikan kemampuan literasi media baru kalangan remaja di Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman. Populasi pada penelitian ini adalah remaja Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman dengan pengambilan sample menggunakan *purposive sampling*. Instrumen utama yang digunakan yaitu kuesioner penelitian yang sudah diuji kevalidan dan reliabilitasnya, jumlah sampel sebanyak 79 orang, yang diperoleh menggunakan rumus *Slovin* dengan kelonggaran 10%. Variabel pada penelitian ini yaitu literasi media baru remaja di Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tidak langsung dengan menyebarkan kuesioner menggunakan perantara seperti media sosial Whatsapp yang sebelumnya sudah dibuat menggunakan *google form* dan dimuat pada *google drive*. Pengolahan data kuesioner melalui tahapan *editing, tabulasi, analisis deskripsi, dan penarikan kesimpulan*.

## Hasil dan Pembahasan

Tingkat literasi media baru pada penelitian ini diukur dengan menggunakan teori New Media Literacy (NML) dari Tzu Bin Lin (2013) yang meliputi *functional consuming, critical consuming, functional prosuming, dan critical prosuming*. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh hasil tingkat literasi media baru kalangan remaja di Nagari Lareh Nan Panjang berdasarkan *Framework New Media Literacy* rata-rata sebesar 2,97 dengan kategori tinggi. Adapun pada *functional consuming* mempunyai rata-rata 3,11, *critical consuming* mempunyai rata-rata 2,95, *functional prosuming* mempunyai rata-rata 2,91 dan *critical prosuming* mempunyai rata-rata 2,92.

### 1. Tingkat Literasi Media Baru Remaja Nagari Lareh Nan Panjang pada Tahap *Functional Consuming* (Konsumen Fungsional)

**Tabel 1. Kemampuan *Functional Consuming***

Indikator	Rata-rata	Kategori
<i>Consuming Skill</i>	3,16	Tinggi
<i>Understanding</i>	3,07	Tinggi
<b>Jumlah</b>	6,23	
<b>Rata-rata</b>	3,11	Tinggi

Konsumen fungsional merupakan mereka yang mengakses konten media dan memahami apa yang disampaikan. Pada tahapan ini, pengguna tidak hanya menggunakan media dan menerima informasi secara efektif, namun juga mampu untuk menangkap makna atau pesan yang ingin disampaikan oleh media tersebut. Konsumen fungsional memiliki 2 indikator, yaitu kemampuan akses media (*consuming skill*) dan kemampuan memahami konten media (*understanding*).

Setelah dilakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 79 responden, didapat skor rata-rata sebesar 3,11. Skor ini berada pada interval 2,50 – 3,24 yang menunjukkan bahwa tingkat literasi media baru remaja pada tahap konsumen fungsional dikategorikan tinggi. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa remaja telah mencapai tingkat literasi media baru yang tinggi dalam tahap konsumen fungsional, yang menurut Chen (2011:85) diartikan sebagai kemampuan individu untuk mengakses dan memahami konten media yang disampaikan. Pencapaian ini menunjukkan bahwa remaja tidak hanya mampu menggunakan media secara teknis, tetapi juga dapat memahami pesan dan informasi yang terkandung di dalamnya secara fungsional.

#### a. Kemampuan Akses Media (*Consuming Skill*)

*Consuming skill* (kemampuan akses media) merupakan kemampuan dalam menggunakan dan memanfaatkan media serta kontennya. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini didapatkan bahwa skor rata-rata sebesar 3,16 dengan kategori tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja memiliki kemampuan akses yang tinggi dengan keunggulan dalam pencarian informasi. Bentuk dari kemampuan akses yakni kemampuan remaja dalam mengoperasikan perangkat digital secara mandiri, menggunakan fitur-fitur media sosial, dan menggunakan media sosial sebagai sumber informasi.

Pada pernyataan mengoperasikan perangkat digital secara mandiri terdapat 60,8% menyatakan setuju dan 20,3% menyatakan kurang setuju. Dari pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa remaja yang membutuhkan bantuan dalam penguasaan perangkat digital. Hidayat (2014:89) menyimpulkan bahwa ada tiga hal yang berpengaruh pada kesenjangan digital yaitu infrastruktur TIK yang kurang memadai karena kondisi geografis, kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan kurangnya peran pemerintah dalam pemerataan dan memasyarakatkan TIK.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kemampuan akses media yang tinggi, dengan keunggulan dalam mencari informasi. Meskipun masih memerlukan pengembangan dalam aspek kemandirian dalam pengoperasian perangkat digital. Temuan ini sesuai dengan pendapat Livingstone (2014:18) yang menyatakan bahwa akses merupakan proses berkelanjutan yang didapatkan individu dari berbagai media. Setelah mereka mendapatkan akses awal, mereka perlu terus meningkatkan kemampuan dalam menggunakan teknologi. Proses ini tidak terbatas pada kemampuan dasar menggunakan perangkat, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam tentang cara memanfaatkan berbagai sumber informasi secara efektif.

#### b. Kemampuan Memahami Konten Media (*Understanding*)

Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini diperoleh skor rata-rata sebesar 3,07 yang berada pada skor 2,50 – 3,24. Dari data tersebut menunjukkan bahwa remaja memiliki tingkat pemahaman yang tinggi terhadap berbagai aspek komunikasi digital. Bentuk kemampuan memahami media yakni kemampuan memahami isi pesan dari berbagai format media, mengetahui maksud simbol dan emoticon dalam komunikasi online.

Pada pernyataan mengetahui maksud simbol atau istilah tertentu dalam informasi terdapat 68,4% menyatakan setuju dan 16,5% menyatakan kurang setuju dalam memahami simbol dan istilah yang ditemukan dalam media sosial. Selain itu, pada pernyataan menafsirkan makna dari emoticon yang digunakan dalam percakapan online, diperoleh 60,8% menyatakan setuju dan 16,5% menyatakan kurang setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa masih ada beberapa remaja yang belum mampu untuk pemahaman simbol dan istilah digital.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki tingkat pemahaman yang tinggi terhadap berbagai aspek komunikasi digital, meskipun masih memerlukan pengembangan dalam pemahaman simbol dan istilah digital. Hal ini menjadi perhatian penting, mengingat sebagaimana dijelaskan oleh Lin (2013:163) bahwa memahami merupakan langkah awal yang penting untuk menangkap makna dasar dari berbagai bentuk komunikasi media, yang nantinya akan menjadi fondasi bagi remaja dalam menganalisis dan mengevaluasi konten media secara mendalam. Dengan demikian,, peningkatan pemahaman remaja terhadap simbol dan istilah digital perlu terus dikembangkan untuk memastikan mereka dapat memaksimalkan kemampuan literasi media barunya secara menyeluruh.

## 2. Literasi Media Baru Remaja Nagari Lareh Nan Panjang pada Tahap *Critical Consuming* (Konsumen Kritis)

**Tabel 2. Kemampuan *Critical Consuming***

Indikator	Rata-rata	Kategori
<i>Analysis</i>	3,01	Tinggi
<i>Synthesis</i>	2,99	Tinggi
<i>Evaluation</i>	2,86	Tinggi
<b>Jumlah</b>	8,86	
<b>Rata-rata</b>	2,95	Tinggi

Konsumen kritis merupakan kemampuan untuk menganalisis dan mengevaluasi secara kritis informasi atau konten media sebelum mengonsumsinya. Konsumen media yang kritis memiliki 3 indikator, yaitu kemampuan analisis, kemampuan sintesis, dan kemampuan evaluasi terhadap konten media.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 79 responden, diperoleh skor rata-rata sebesar 2,95. Skor ini berada pada interval 2,50 – 3,24 yang menunjukkan bahwa tingkat literasi media baru remaja sebagai konsumen kritis dikategorikan tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa remaja di Nagari Lareh Nan

Panjang Kecamatan VII Koto Sungai Sarik memiliki kemampuan yang tinggi dalam menganalisis konten media, memahami istilah dan makna yang terkandung dalam konten media. Remaja juga mampu untuk mengaitkan dan membandingkan informasi yang diterima dengan berbagai sumber lain. Selain itu, remaja juga mampu dalam melakukan evaluasi terhadap informasi yang ditemukan di media sosial.

Temuan ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Chen (2011:85), dimana konsumen media yang kritis didefinisikan sebagai individu yang tidak hanya mampu memahami, tetapi juga dapat menilai dan menganalisis konten media secara mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa remaja telah berkembang menjadi konsumen media yang tidak hanya pasif menerima informasi, tetapi juga aktif dalam mengkritisi dan memahami berbagai pesan media yang mereka terima. Lebih lanjut, temuan ini juga menggambarkan perspektif Tamburaka (2013) tentang khalayak media baru, yang menekankan bahwa sikap kritis ditunjukkan melalui keengganan untuk menerima informasi begitu saja dan kecenderungan untuk melakukan verifikasi terhadap informasi yang meragukan.

#### a. Kemampuan Analisis (Analysis)

Kemampuan analisis merupakan kemampuan seseorang dalam mengurai informasi tau pesan menjadi elemen-elemen yang bermakna. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini diperoleh skor rata-rata sebesar 3,01. Skor tersebut menunjukkan bahwa remaja memiliki kemampuan literasi media baru yang tinggi dalam menganalisis konten yang ada di media sosial. Bentuk kemampuan analisis yaitu kemampuan mengenali perbedaan fakta dan opini, memahami singkatan, memahami isi pesan di media sosial, dan mengenali genre konten media.

Pada pernyataan mengenali perbedaan antara fakta dan opini terdapat 54,4% menyatakan setuju dan 22,8% menyatakan kurang setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa masih ada beberapa remaja yang mengalami kesulitan dalam membedakan antara informasi faktual dan pendapat pribadi yang beredar di media sosial. Banyaknya informasi yang beredar di media sosial yang tidak diketahui kebenarannya, mendorong remaja untuk mampu dalam membedakan informasi yang bersifat fakta dan opini, sehingga mencegah dari penyebaran informasi palsu. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Livingstone (2004:18) bahwa kemampuan analisis sangat penting karena membantu pengguna untuk memfilter informasi yang relevan dan akurat, serta melindungi diri dari misinformasi.

#### b. Kemampuan Sintesis (Synthesis)

Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini didapatkan bahwa skor rata-rata sebesar 2,99, yang berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi dalam melakukan sintesis informasi. Meskipun masih perlu peningkatan terutama dalam hal membandingkan dan mencari perbedaan informasi dari berbagai sumber guna memenuhi kebutuhan informasi mereka. Bentuk kemampuan sintesis yakni kemampuan memilih informasi, menentukan sumber informasi, membandingkan informasi, mencari perbedaan informasi, dan memberi penilaian.

Pada pernyataan membandingkan informasi yang ingin dicari dengan berbagai sumber yang berbeda terdapat 51,9% menyatakan setuju dan 19% menyatakan kurang setuju. Kemudian pada pernyataan mencari perbedaan informasi terdapat 49,4% menyatakan setuju dan 21,5% menyatakan kurang setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa remaja yang jarang melakukan pemeriksaan kembali informasi yang didapat dari media sosial.

Ketika menemukan informasi di media sosial, remaja cenderung untuk langsung mempercayai apapun yang mereka baca, sehingga rentan terhadap berita palsu. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan cross-check informasi masih perlu ditingkatkan karena penting untuk verifikasi kebenaran informasi.

#### c. Kemampuan Evaluasi (Evaluation)

Analisis data dari kuesioner penelitian pada indikator ini diperoleh skor rata-rata sebesar 2,86 dan berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi untuk mempertanyakan dan menguji kredibilitas konten media, Namun masih terdapat beberapa remaja yang tidak melakukan evaluasi terhadap informasi yang mereka temukan di media sosial. Bentuk kemampuan evaluasi yaitu mempertanyakan kebenaran informasi, mencari tahu pembuat informasi, memeriksa kelengkapan isi informasi, dan mengkritisi isu.

Pada pernyataan mempertanyakan kebenaran informasi terdapat 46,8% menyatakan setuju dan 29,1% menyatakan kurang setuju untuk mempertanyakan kebenaran dari informasi yang ditemukan. Pernyataan mencari tahu pembuat informasi memperoleh 50,6% menyatakan setuju dan 29,1% menyatakan kurang setuju.

Pernyataan memeriksa kelengkapan informasi terdapat 53,2% menyatakan setuju dan 31,6% menyatakan kurang setuju untuk memeriksa kelengkapan informasi. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa remaja yang tidak melakukan evaluasi terhadap informasi yang ditemukan di media sosial.

Evaluasi informasi menjadi kemampuan mendasar bagi remaja di era digital. Kemampuan ini tidak hanya melindungi dari dampak negatif media sosial, tetapi juga membantu membentuk generasi yang kritis dan bijak dalam bermedia sosial. Temuan ini menjadi penting untuk diperhatikan, mengingat sebagaimana dijelaskan Livingstone (2004:18), evaluasi merupakan keterampilan kritis dalam menilai kualitas, kebenaran, tujuan dan dampak informasi dari berbagai saluran media. Dengan kemampuan evaluasi yang mendalam, remaja tidak hanya dapat menilai informasi, tetapi juga mampu membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan pada pemahaman yang mendalam terhadap pesan media yang diterima.

### 3. Literasi Media Baru Remaja Nagari Lareh Nan Panjang pada Tahap *Functional Prosuming* (Produsen-Konsumen Fungsional)

**Tabel 3. Kemampuan *Functional Prosuming***

Indikator	Rata-rata	Kategori
<i>Prosuming Skill</i>	2,88	Tinggi
<i>Distributon</i>	2,90	Tinggi
<i>Production</i>	2,95	Tinggi
<b>Jumlah</b>	8,73	
<b>Rata-rata</b>	2,91	Tinggi

Produsen-konsumen fungsional merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan konten media. Tingkat literasi media baru remaja pada dimensi functional prosuming dapat dilihat dari indikator *prosuming skill*, *distribution*, dan *production*.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa dalam *functional prosuming* memiliki skor rata-rata sebesar 2,91 dengan kategori tinggi. Skor ini berada pada interval 2,50 – 3,24 yang menunjukkan bahwa tingkat literasi media baru remaja sebagai produsen-konsumen fungsional dikategorikan tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa remaja di Nagari Lareh Nan Panjang memiliki kemampuan yang tinggi dalam membuat konten media dengan menggunakan beberapa aplikasi yang membantu dalam melakukan editing dan menyebarkannya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial seperti fitur *share*. Remaja juga mampu dalam penggunaan *hashtag* untuk meningkatkan kejelasan dalam postingan. Penggunaan *hashtag* merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan jangkauan konten media.

Temuan ini sejalan dengan konsep Chen (2011:85), dimana produsen-konsumen fungsional merupakan individu yang tidak hanya memiliki kemampuan dasar untuk mengonsumsi konten media, tetapi juga mampu menciptakan konten media baru dan berpartisipasi aktif dalam berbagai ruang media digital. Dengan demikian, tingginya skor yang diperoleh mengindikasikan bahwa remaja telah berhasil mentransformasi peran mereka dari sekedar konsumen pasif menjadi produsen konten yang aktif dan partisipatif dalam menggunakan media baru.

#### a. Kemampuan Menggunakan Perangkat Lunak untuk Menciptakan Konten (*Prosuming Skill*)

Bentuk kemampuan *prosuming skill* yakni membuat konten media, menggunakan fitur editing, dan menggunakan perangkat lunak atau software yang membantu dalam menciptakan konten media. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini didapatkan bahwa skor rata-rata sebesar 2,88 dan berada pada kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa remaja mempunyai kemampuan yang tinggi dalam menggunakan berbagai aplikasi editing dan membuat konten media.

Sebagaimana dijelaskan oleh Qadri (2020:54), media sosial telah menghadirkan pergeseran paradigma yang mengubah penggunaannya dari konsumen pasif menjadi produsen konten yang aktif dan kreatif. Perubahan ini terjadi karena media sosial menyediakan berbagai platform yang memudahkan individu untuk menciptakan dan mendistribusikan konten mereka sendiri, sehingga membuka peluang bagi remaja untuk mengekspresikan kreativitas dan gagasan mereka melalui produksi konten yang beragam.

#### b. Kemampuan Distribusi (*Distribution*)

Bentuk kemampuan distribusi yaitu menggunakan fitur berbagi, menggunakan *hashtag*, dan mencantumkan link tautan. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini didapatkan bahwa skor rata-rata sebesar 2,90 dan berada pada kategori tinggi. Berdasarkan analisis data tersebut, menunjukkan bahwa memiliki kemampuan yang tinggi dalam memanfaatkan fitur *hashtag* dan *share* untuk menyebarkan informasi, meskipun masih jarang mencantumkan *link* tautan dalam membagikan konten. Menurut Asari (2023:137), fitur *share* memainkan peran penting karena memberikan peluang bagi pengguna untuk membagikan konten yang mereka temukan kepada orang lain atau dalam jejaring sosial mereka sendiri. Sementara itu, Sari (2021:148) menjelaskan bahwa *hashtag* berfungsi sebagai elemen penting dalam media sosial untuk mengelompokkan dan menemukan konten media berdasarkan topik atau tema tertentu, sekaligus memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam diskusi yang lebih luas. Dengan demikian, kemampuan remaja dalam menggunakan kedua fitur ini menunjukkan pemahaman mereka akan pentingnya strategi distribusi konten secara efektif, meskipun masih perlu didorong untuk melengkapi konten mereka dengan tautan sumber yang relevan.

Pada pernyataan mencantumkan link tautan ketika menyebarkan informasi terdapat 38% menyatakan setuju dan 41,8% menyatakan kurang setuju untuk mencantumkan link tautan ketika menyebarkan informasi. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa masih banyak remaja yang tidak mencantumkan link sumber asli ketika menyebarkan informasi di media sosial. Perilaku ini dapat membuat informasi yang disebarkan menjadi kurang dapat dipercaya dan sulit untuk diverifikasi kebenarannya.

Ketika membagikan informasi atau konten media sosial, remaja sering lupa atau mengabaikan pentingnya mencantumkan link sumber informasi. Padahal link sumber ini memiliki fungsi penting sebagai bentuk penghargaan kepada pembuat konten asli dan membantu pembaca yang ingin mengetahui informasi secara lebih lengkap dan mendalam.

#### c. Kemampuan Produksi (Production)

Produksi merupakan kemampuan menciptakan konten media dengan menduplikasi atau mencampur konten media. Bentuk kemampuan produksi yakni mengedit video, membuat video, menulis artikel atau blog, dan menyusun pesan di aption. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini didapatkan bahwa skor rata-rata sebesar 2,95 dan berada pada kategori tinggi. Data ini mengindikasikan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi dalam produksi konten media.

Pada pernyataan melakukan *editing* sebelum menyebarkannya terdapat 60,8% menyatakan setuju dan 16,5% menyatakan kurang setuju dalam melakukan *editing* sebelum menyebarkan konten media. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat remaja yang tidak melakukan proses *editing* sebelum menyebarkan konten media. Yulistiyono (2021:22) menjelaskan bahwa salah satu karakteristik media sosial yaitu konten oleh pengguna (*user-generated content*). Konten oleh pengguna memiliki arti bahwa konten sepenuhnya dihasilkan dan dimiliki oleh pengguna itu sendiri di media sosial. Ini berarti setiap pengguna memiliki kebebasan penuh untuk membuat, mengunggah, dan berbagi konten sesuai keinginan mereka. Dengan kebebasan ini, pengguna tidak hanya menjadi penonton atau konsumen, tetapi juga berperan sebagai produsen aktif.

#### 4. Literasi Media Baru Remaja Nagari Lareh Nan Panjang pada Tahap *Critical Prosuming* (Produsen-Konsumen Kritis)

Tabel 4. Kemampuan *Critical Prosuming*

Indikator	Rata-rata	Kategori
<i>Participation</i>	3,01	Tinggi
<b>Rata-rata</b>	3,01	Tinggi

Produsen-konsumen kritis merupakan kemampuan seseorang untuk berpartisipasi secara interaktif dan kritis dalam media sosial. Tingkat literasi media baru pada dimensi *critical prosuming* dapat dilihat pada indikator *participation*. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 79 responden, diperoleh skor rata-rata sebesar 2,92. Skor ini berada pada interval 2,50 – 3,24 yang menunjukkan bahwa tingkat literasi media baru remaja sebagai produsen-konsumen kritis dikategorikan tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi untuk berpartisipasi secara interaktif dan kritis dalam media sosial.

#### a. Kemampuan Partisipasi (Participation)

Partisipasi merupakan kemampuan seseorang keterlibatan aktif pengguna dalam berbagai aktivitas di *platform* digital. Bentuk kemampuan partisipasi yaitu bergabung dalam komunitas online, tujuan bergabung, memberikan komentar, dan etika berkomentar. Analisis data yang diperoleh dari kuesioner penelitian pada indikator ini didapatkan bahwa skor rata-rata sebesar 2,92, yang menunjukkan kemampuan partisipasi secara kreatif dan kritis remaja dalam media sosial dikategorikan tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi dalam ikut berpartisipasi secara kreatif dan kritis dalam media sosial. Sebagian besar remaja memiliki kesadaran untuk bergabung dan mengikuti grup atau komunitas online yang ada di media sosial sesuai dengan kebutuhannya.

Pada pernyataan memberikan komentar pada komunitas online yang diikuti terdapat 46,8% menyatakan setuju dan 31,6% menyatakan kurang setuju. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa remaja yang tidak ikut berpartisipasi aktif dalam memberikan respon dan komentar dalam komunitas online yang diikuti. Dalam hal memberikan komentar, remaja Nagari Lareh Nan Panjang selalu menghargai pendapat orang lain serta menggunakan bahasa yang sopan dan sesuai norma. Sebagaimana dijelaskan oleh Kietzman (2011:243) bahwa media sosial berfungsi sebagai group atau kelompok yang menggambarkan bahwa pengguna dapat membentuk grup atau komunitas berdasarkan minat dan tujuan tertentu.

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada uraian sebelumnya, diperoleh kesimpulan bahwa tingkat literasi media baru remaja di Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik tergolong tinggi dengan skor rata-rata 2,97. Tingkat literasi media baru remaja dalam penggunaan media sosial ini menggunakan teori *New Media Literacy* yang dikembangkan oleh Tzu Bin Lin pada tahun 2013 dengan empat dimensi, yaitu *functional consuming*, *critical consuming*, *functional prosuming*, dan *critical prosuming*. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan sebagai berikut. Pertama, kemampuan literasi media baru remaja Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik dalam penggunaan media sosial pada tingkat *functional consuming* berada pada kategori tinggi dengan skor rata-rata 3,11, sehingga dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengakses dan memahami konten media.

Kedua, kemampuan literasi media baru remaja Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik dalam penggunaan media sosial pada tingkat *critical consuming* berada pada kategori tinggi dengan skor rata-rata 2,95, sehingga dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi untuk menilai dan menganalisis konten media secara mendalam.

Ketiga, kemampuan literasi media baru remaja Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik dalam penggunaan media sosial pada tingkat *functional prosuming* berada pada kategori tinggi dengan skor rata-rata 2,91, sehingga dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi untuk menciptakan konten media dan berpartisipasi aktif dalam ruang media baru.

Keempat, kemampuan literasi media baru remaja Nagari Lareh Nan Panjang VII Koto Sungai Sarik dalam penggunaan media sosial pada tingkat *critical prosuming* berada pada kategori tinggi dengan skor rata-rata 2,92, sehingga dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kemampuan yang tinggi untuk berpartisipasi secara aktif dan kritis dalam media sosial.

## Referensi

- APJII. (2024). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diakses pada 10 Juli 2024, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Asari, A. (2023). *Literasi Media*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Group.
- Chen, D.-T. (2011). Unpacking New Media Literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006-1013.
- Hadiyat, Yayat D. (2014). Kesenjangan Digital di Indonesia (Studi Kasus di Kabupaten Wakatobi). *Jurnal Pekommas*, 17(2). 81-90.
- Isan, D. (2023). Dampak Penggunaan Intenet Terhadap Perilaku Remaja di Desa Long Uro Kecamatan Kayan Selatan Kabupaten Malinau. *eJournal Pembangunan Sosial*, 11(1), 470-479.



- 
- Kietzmann, J. H. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54 , 241-251.
- Kurnia, Ade. (2022). *Analisis Literasi Digital Dalam Akses Sumber Informasi Kesehatan Bagi Siswa Sman 102 Jakarta Timur*. Diploma Thesis, Universitas Yarsi.
- Lin, T.-B. (2013). Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework. *Educational Technology & Society*, 16(4) , 160-170.
- Livingstone, S. (2004). What is Media Literacy? *Intermedia*, 32(3) , 18-20.
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyah : Jurnal Huum Tata Negara*, 1(1) , 49-63.
- Sari, M. (2021). Resepsi Thibbun Nabawi Pada Hastag #JurusSehat Rasulullah (JSR) Ala Zaidur Akbar . *Hermeneutik : Jurnal Ilmu Al Qur'an dan Tafsir*, 15 (1) , 143-162.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yulistiyono, A. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial :Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania.