

POLA PEMANFAATAN TEKNOLOGI GEOSPASIAL TERINTEGRASI DALAM GAWAI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LITERASI GEOSPASIAL GEN Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Oleh: Bambang Syaeful Hadi, Hastuti

ABSTRAK

Teknologi geospasial telah terintegrasi dalam gawai yang digunakan secara masif oleh masyarakat, terutama oleh Gen Z. Teknologi tersebut belum digunakan untuk mengembangkan literasi geospasial secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pola pemanfaatan teknologi geospasial terintegrasi dalam gawai oleh gen Z khususnya dalam aktivitas di media sosial dan marketplace, menganalisis implikasi pemanfaatan aplikasi tersebut terhadap literasi geospasial. Penelitian dilakukan menggunakan desain survey. Populasi penelitian adalah siswa sekolah menengah atas (SMA) di wilayah urban bagian utara Kota Yogyakarta, wilayah peri-urban, dan perdesaan Kabupaten Sleman yang berbatasan dengan wilayah peri-urban bagian utara. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola pemanfaatan teknologi geospasial terintegrasi dalam gawai oleh gen Z khususnya dalam aktivitas di media sosial ditunjukkan oleh waktu penggunaan aplikasi media sosial dan market place yang menghabiskan waktu 3-4 jam/hari. Aplikasi yang paling banyak dimanfaatkan, secara berurutan adalah Whatsapp, Instagram, TiTok, dan Twitter (X). Kemampuan gen Z dalam memanfaatkan teknologi geospasial yang terintegrasi pada gawai tergolong tinggi. Kemampuan dalam menggunakan teknologi geospasial antara mereka yang tinggal di wilayah urban, peri-urban, dan wilayah perdesaan menunjukkan perbedaan yang signifikan, di mana Gen Z di wilayah perkotaan lebih memiliki kemampuan yang lebih tinggi. Demikian pula, literasi geospasial dari ketiga wilayah menunjukkan perbedaan yang signifikan. Literasi geospasial di wilayah perkotaan dan peri-urban berada dalam satu subsets, antara kedua wilayah tidak terdapat perbedaan yang berarti. Fakta ini menunjukkan bahwa praktik penggunaan beberapa aplikasi lebih intensif dilakukan oleh Gen Z di wilayah perkotaan dan peri-urban. Akses terhadap pelayanan digital market place yang lebih mudah bagi kedua wilayah tersebut menjadi pendorong intensitas penggunaan media sosial dan aplikasi market place yang berimplikasi pada kemampuan penggunaan fitur-fitur teknologi geospasial dan literasi geospasial.

Kata Kunci: *gen Z, media sosial, market place, literasi geospasial*