

**FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK  
OLEH GENERASI X DI KOTA BANDUNG**

(Studi Fenomenologi Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh  
Generasi X Di Kota Bandung)

**Oleh :**

**Muamar Andre Febriyansah**

**NRP: 152050254**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

**2019**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK OLEH GENERASI X DI KOTA BANDUNG**

(Studi Fenomenologi Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di  
Kota Bandung)

**Oleh :**

**Muamar Andre Febriyansah**

**152050254**

### **SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pada Studi Komunikasi**

**Bandung, Mei 2019**

Menyetujui

Pembimbing

Pembimbing 1

Pembimbing 11

**H. Rasman Sonjaya, S.Sos., M.Si.**

**NIDN. 0418017201**

**Yusuf Hartawan S.Sos., M.I.Kom**

**NIDN. 0431126601**

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

DEKAN FISIP UNPAS

**H. Rasman Sonjaya, S.Sos., M.Si.**

**NIDN. 0418017201**

**Dr. M. Budiana, S.Ip, M.Si.**

**NIDN. 0402047002**

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan atau doktor), baik di Universitas Pasundan maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini, adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Pembimbing dan masukan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 5 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,

**Muamar Andre Febriyansah**

**152050254**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana penggunaan media massa, khususnya media sosial dikalangan generasi x yang memiliki klasifikasi usia mulai dari 38-58 tahun dalam mengkonstruksi diri, presentasi diri, dan berkomunikasi melalui aplikasi Facebook. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan studi Fenomenologi Alfred Schutz yang banyak digunakan pada penelitian mengenai motif, tindakan dan makna. Subjek penelitian difokuskan untuk meneliti pengalaman para pengguna media sosial Facebook yang berumur mulai dari 38-58 tahun. Teknik yang digunakan dalam menentukan informan atau subjek akan di pilih secara acak berdasarkan aktivitas mereka selama menggunakan media sosial Facebook dapat mengeksplorasi dan mengartikulasikan pengalaman mereka secara sadar. Pengumpulan data dapat diperoleh dari informan utama (*key informant*) atau sumber data utama sebagai partisipan melalui wawancara secara langsung dan mendalam. Data yang diperoleh disusun disusun dalam satuan-satuan kemudian dikategorikan dan dilakukan pengkodean melalui tahapan triangulasi ditambah dengan suatu data yang terpercaya dari seorang informan ahli dalam bidang sosial media. Hasil penelitian ini menunjukkan pengguna media sosial Facebook oleh generasi x di Kota Bandung berasal dari beberapa faktor : Media, media komunikasi, trending, eksistensi diri dengan cara upload foto dan update status, mencari hiburan dan sebuah ajang reuni.

Kata Kunci : Media, Media Komunikasi, Eksistensi diri, Reuni

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the extent of the use of mass media, especially social media among generation x who have a classification of ages ranging from 38-58 years in constructing themselves, presenting themselves, and communicating through Facebook applications. The research approach used is qualitative, with the Alfred Schutz Phenomenology study which is widely used in research on motives, actions and meanings. The research subjects focused on examining the experiences of Facebook social media users aged from 38-58 years. The technique used in determining informants or subjects will be randomly selected based on their activities while using social media Facebook can explore and articulate their experiences consciously. Data collection can be obtained from key informants or main data sources as participants through direct and in-depth interviews. The data obtained are arranged in units and then categorized and coded through triangulation stages plus a reliable data from an expert informant in the field of social media. The results of this study show Facebook social media users by generation x in the city of Bandung come from several factors: media, communication media, trending, self-existence by uploading photos and status updates, looking for entertainment and a reunion event.

**Keywords:** Media, Media Communication, Self Existence, Reunion

## **RINGKESAN**

Penelitian iyeu gaduh tujuan sajumlah mana ngangge media massa, utamana media sosial di lingkungan generasi x anu usia na 38-58 tahun kangge nyusuna diri, presantikeun diri, sareung ajang komunikasi ngangge aplikasi Facebook. Penelitian iyeu nagangge kualitatif sareung ngadekeutan fenomenologi Lafred Schutz anu seur di angge kangge neliti motip, tindakan sareung hartos. Jejer penelitian di fokuskeun kangge neliti pangalaman sareung para nu ngangge media sosial facebook di umur 38-58 tahun. Teknik anu diangge dina penelitian iyeu nentukeun jejer informan atawa jejer bakalan di tantukeun sacara acak dumasar kagiatan aranjeunna salama ngangge media sosial Facebook anu tiasa eksplorasikeun jeung ngartikulasikeun pangalaman maranehna sacara sadar. Pangumpulan data tiasa di tampa di informan atawa minangka partisipan ngaliwatan wawancara secara langsung sacara mendalam. Data anu ditampa disusun dina hijian hijian saterusna di kategorikeun sarta dipigawe pangkodingan ngaliwatan tahapan triangulasi ditampi ditambah kalawan di hiji informan anu terpayu di wedang sosial media. Hasil penelitian iyeu nunjukeun anu ngagunakeun media sosial facebook ti generasi x di kota bandung nu asalna tina sabeberaha hiji faktor nyaeta : media, media komunikasi,eksistensi diri, upload foto, update status jeung milarian hiburan sareung reuni.

Kecap konci : Media, Media Komunikasi, Eksistensi diri, reuni.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kesehatan lahir maupun bathin kepada peneliti. Atas izin-Nya, dengan segala kesabaran, kesungguhan, dan segala perjuangan dan kerja keras yang telah dilalui sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Fenomena Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung)”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi satu dari beberapa syarat kelulusan program strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Jurnalistik Universitas Pasundan Bandung.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, baik bentuk penyajiannya maupun sistematikanya masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya. Akan tetapi peneliti yakin akan adanya suatu manfaat yang dapat diambil oleh peneliti maupun oleh pembaca.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada pembimbing peneliti H. Rasman Sonjaya, S.Sos., M.Si. dan bapak Yusuf Hartawan S.Sos., M.I.Kom atas segala bantuan, arahan, bimbingan, perhatian, serta waktu yang telah diluangkan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi

ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, dan bekerja sama sehingga terselesaikan skripsi ini, dari segi moril maupun materil.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. M. Budiana, S. Ip., M.Si, selaku Dekan FISIP Universitas Pasundan Bandung.
2. Bapak Drs. Kunkunrat, M.Si., selaku Wakil Dekan I FISIP Universitas Pasundan Bandung.
3. Ibu Dra. Hj. Yulia Segarwati, M. Si., selaku Wakil Dekan II FISIP Universitas Pasundan Bandung. Dan yang sekaligus merupakan pembimbing skripsi peneliti. Terima kasih atas waktu yang sudah diluangkan dan segala masukan yang peneliti terima.
4. Bapak Drs. H. Sumardhani, M.Si. selaku Wakil Dekan III FISIP Universitas Pasundan Bandung.
5. Bapak H. Rasman Sonjaya, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung.
6. Ibu Yanti Susila T, S. Ag., M. Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan Bandung.
8. Seluruh pegawai dan staf FISIP Universitas Pasundan Bandung.

9. Seluruh Informan yang telah membantu dan bersedia diwawancarai oleh peneliti, Bapak Agus Wibowo informan I seorang aktivis sosial media dan blogger, Bapak Reza Andi Anugrah selaku informan ahli II selaku Digital Advertiser serta beberapa informan inti yaitu ; Bapak Agus Kurnia, Bapak Hegu Hemzah, Bapak Ronny Ammarullah, Ibu Iis Dewi Priatin, Ibu Wina Tresnawati, Ibu Neneng Jubaedah dan Ibu Herni Triana yang bersedia di wawancara guna melengkapi data dari informan ahli dan inti.

Selanjutnya peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang Bapak Andri Cahyana dan Mamah Imas Suparmina yang selalu memberikan semangat baik materil dan moril.
2. Kepada Adik yang selalu mengganggu saya dalam mengerjakan penelitian ini serta Kaka saya yang selalu menanyakan kapan selesai kuliah agar bisa menjadi orang yang sukses setelahnya.
3. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Bibi dan Paman saya Ibu Shanty Dewi Rahayu S.Sos dan Yudi Supriadi S.E yang selalu memberi dukungan kepada saya baik moril maupun materil
4. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Unpas 2015. Terkhusus kepada kawan Farra, Helena, Maesa, Laras Pusparanti, Putri, Shella, Shasha, Poppy, Shinta, Aeni, Riki, Lazuar, Tryan, April, Fachry, Kemal, Ikhsan dan Indhan yang telah menjadi teman berbagi selama kuliah, saling membantu dan memberi saran dalam masalah skripsi ini

5. Teman-teman SMA saya yang masih berkomunikasi sekarang Dinur, Eka, Roji, Farhan, Vidal, Redi, Shella, Selly, Ulfa Ghaisani yang selalu mendukung saya agar terus termotivasi.
6. Teman saya Kikin Dwi Lestari S.Ap yang telah membantu dalam mencari informan inti sampai ke Rancaekek.
7. Serta adik-adik saya yang tercintah yang lainnya yaitu Bilqista dan Adinda yang memberikan saya hiburan.
8. Peneliti berterimakasih banyak kepada Radifan Wibisono dan Vibi yang selalu membimbing saya dalam kehidupan didunia nyata ini agar menjadi manusia yang lebih baik dan bertanggung jawab.
9. Tidak lupa peneliti mengucapkan terimakasih kepada Iqbal Febriyan yang selalu memberikan pekerjaan selama masa perkuliahan untuk menambah uang jajan
10. Fachlevi dan Samantha Annisa yang ketika mengerjakan skripsi ini selalu bersama dan membantu dalam hal tranlate bahasa inggris.

Seluruh angkatan 2015 Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Unpas, semoga kesuksesan menyertai kita semua dan menjadi teladan bagi angkatan selanjutnya. Juga kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, semoga Allah Subhanahu Wata'ala membalas semua amal dan kebaikan kalian semua, Aamiin.

Bandung, 27 Mei 2019

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	
SURAT PERNYATAAN .....	I
ABSTRAK.....	II
ABSTRACT .....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI .....	IX
DAFTAR GAMBAR .....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 FOKUS DAN PERTANYAAN PENELITIAN.....	4
1.2.1. Fokus Penelitian .....	4
1.2.2. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.3 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN.....	4
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	7
2.1. REVIEW PENELITIAN SEJENIS.....	7
2.1.1 Kajian Literatur.....	9
2.1.2. Kerangka Konseptual .....	11

2.1.3 Kerangka Teoritis .....	32
2.1.4. Kerangka Pemikiran .....	34
BAB III.....	37
SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 SUBJEK PENELITIAN .....	37
3.2 OBJEK PENELITIAN .....	37
3.3 METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.3.2 Paradigma Penelitian.....	39
3.3.3 Pengumpulan Data .....	40
3.3.4 Rancangan Analisi Data .....	41
3.3.5 Keabsahan Data.....	42
3.3.6 Lokasi Penelitian.....	44
3.3.7 Membuka Akses dengan Subjek Penelitian.....	45
3.3.8 Jadwal Penelitian.....	45
BAB IV.....	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
4.1. HASIL PENELITIAN.....	47
4.1.1. Motif penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung .....	50
4.1.2. Tindakan penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung .....	58
4.1.3 Makna penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung .....	67

4.2 PEMBAHASAN.....	76
4.2.1. Motif Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung.....	78
4.2.2. Tindakan Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung.....	81
4.2.3 Makna Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung.....	84
4.2.4 Alasan Remaja meninggalkan media sosial Facebook.....	90
4.2.5 Alasan Generasi X Menggunakan Media Sosial Facebook Sampai Saat Ini.....	94
BAB V.....	98
KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1. KESIMPULAN.....	98
5.2. SARAN.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	106

## **DAFTAR TABEL**

2.1 Review Penelitian Sejenis .....	9
2.2 Pengelompokan Generasi .....	33
3.3 Jadwal Penelitian.....	35
4.4 Deskripsi Subjek Responden .....	48
4.5 Motif Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X di Kota Bandung .....	51
4.6 Tindakan Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X di Kota Bandung .....	68
4.7 Tindakan Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X di Kota Bandung .....	81

## **DAFTAR GAMBAR**

2.8 Logo Facebook.....	28
2.9 Kerangka Pemikiran.....	36

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Persetujuan Revisi Sidang Akhir .....	108
2. Foto Bersama Informan I .....	136
3. Foto Bersama Informan II .....	136
4. Foto Bersama Informan III .....	137
5. Foto Bersama Informan VI .....	137
6. Foto Bersama Informan V .....	138
7. Foto Bersama Informan VI .....	138
8. Foto Bersama Informan VII .....	139
9. Foto Bersama Informan VIII .....	139
10. Foto Bersama Informan VIII .....	140
11. Foto Bersama Informan Ahli I .....	140
12. Foto Bersama Informan Ahli II .....	141



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi terus berkembang dari masa ke masa, seiring dengan berjalannya waktu, proses komunikasi tidak lagi hanya melibatkan dua orang saja, namun bisa merambah banyak khalayak dalam waktu yang sama salah satu spek yang mendukung proses komunikasi ini adalah media. Media adalah salah satu alat atau wadah yang digunakan untuk berkomunikasi dengan khalayak luas. Dalam prakteknya, ada dua jenis media yang digunakan yaitu media elektronik dan media cetak. Contoh media elektronik adalah televisi, radio, dan internet, sedangkan contoh media cetak surat kabar (koran, majalah, tabloid).

Perkembangan teknologi sekarang yang semakin maju, berbagai media elektronik dan cetak berlomba-lomba memperbaharui wajah dalam memenuhi kebutuhan komunikasi setiap individu. Media sosial adalah salah satu komunikasi baru yang saat ini ramai di perbincangkan dan termasuk ke dalam media yang sering di akses atau digunakan oleh setiap orang, hampir dimana pun dan kapan pun mereka berada setiap orang menggunakan media sosial dengan sesuai kebutuhan mereka sendiri. Internet memang di ciptakan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Masyarakat Indonesia pun menggunakan internet sebagai media untuk ajang pekerjaan, juga seperti dalam pergaulan, mengekspresikan dirinya, menunjukkan identitas dirinya berasal dari kalangan mana atau bahkan mencari penghasilan tambahan. Internet sebagai sumber informasi tentang apapun, apa

yang mereka cari dan butuhkan, pasti ada didalamnya. Tentu saja akan sangat membantu kehidupan masyarakat. Bagi mereka yang masih kuliah untuk mencari bahan referensi tugas, mencari materi pelajaran dan ingin mencari informasi yang lebih banyak, mereka bisa menggunakan internet. Siapapun bisa mencari informasi tentang apa saja, misal mencari sebuah komunitas yang sesuai dengan hobi nya, artikel tentang informasi sebuah berita, informasi tempat hiburan dan lain-lain.

Di era globalisasi saat ini, keberadaan media tidak hanya media cetak dan elektronik, namun bertambah dengan adanya media sosial. Media sosial ini didukung dengan jaringan internet yang sangat memudahkan kita mendapatkan sebuah informasi atau berekspresi diri hingga menunjukkan sebuah identitas diri. Media sosial semakin berkembang di sebagian generasi muda (Generasi Y) bahkan merambah sampai dengan generasi setengah baya (Generasi X) di seluruh negara.

Salah satu manfaat internet bagi masyarakat yaitu jejaring sosial tidak hanya menambah pergaulan, tapi juga mempercepat pertemanan atau mempersatukan kawan lawan yang telah lama hilang tidak ada kabar dan membuat kita berlatih untuk bersosialisasi lebih baik. Pergaulan dalam media sosial pun tak luput dari kalangan politisi, artist, bahkan orang lanjut usia juga menggunakan media sosial. Hal ini dapat dilihat dari Generasi X dan Generasi Y yang masih banyak menggunakan media sosial, yang digunakan antara lain *Facebook* dan Instagram.

*Facebook* adalah salah satu media sosial yang paling digemari oleh semua kalangan mulai dari anak muda, dewasa hingga para lansia bisa saja menggunakan salah satu media sosial ini. *Facebook* pertama kali hadir pada tahun 2006 di

Indonesia. Perkembangan *Facebook* di Indonesia semakin hari semakin berkembang dengan pesat dengan memiliki banyak fitur menarik didalamnya.

Akhir-akhir ini *Facebook* di tinggalkan oleh kalangan anak muda. Seperti yang dikutip oleh dalam lembaga riset *eMarketer* setengah dari pengguna internet yang berusia 12-17 tahun diprediksi tidak tertarik memakai *Facebook*, Bill Fisher, seorang analis senior di *eMarketer* penyebab berkurangnya para pengguna muda karena mereka lebih memilih menggunakan aplikasi seperti Snapchat dan Instagram. Namun kabar baiknya menurut *eMarketer* Facebook diperkirakan bakalan kebanjiran pengguna berusia diatas 55 tahun keatas. Sebanyak 500 ribu pengguna baru *Facebook* berusia 55 tahun akan mendaftar. Berdasarkan riset *Pew Research Center* Kepopuleran Facebook di kalangan remaja tergerus oleh platform lain seperti Youtube, Snapchat, dan Instagram., saat ini hanya 51% anak usia 13-17 yang menggunakan aplikasi *Facebook*. Temuan lain dari riset firma pasar *eMarketer* menunjukkan pengguna remaja *Facebook* lebih cepat dari perkiraan firma tersebut. Sebaliknya saat remaja tak mau menggunakan *Facebook*, kalangan orang tua malah makin menyukai *Facebook*.

Kota Bandung yang disebut sebagai kota terbanyak pengguna *Facebook* se-Provinsi Jawa Barat. Hal ini diungkapkan oleh Kasat Reskrim Polrestabes Bandung, AKBP Mochamad Rifai pada dialog interaktif bertajuk “Antara Mahasiswa Hoax dan Panasnya Politik di Indonesia”, angka tersebut didapat lantaran jumlah populasi Kota Bandung berada di tingkatan paling atas diantara kota/Kabupaten lainnya. Adapun menurut data dari Google Trends di kota Bandung menyebutkan, 59%

pengguna media sosial *Facebook* merupakan generasi X atau generasi setengah baya.

Berdasarkan dari data, fakta dan bukti diatas bagaimana Generasi X terlihat sangat antusias dalam menggunakan media sosial *Facebook*, mereka menyadari bahwa media sosial *Facebook* adalah sesuatu hal yang masih baru bagi mereka, peneliti tertarik mengangkat judul ini karena masih banyak pengguna media sosial *Facebook* dalam klasifikasi usia 38-58 tahun sampai saat ini dan apa alasannya generasi x ini masih aktif menggunakan media sosial *Facebook* sampai saat ini.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memfokuskan peneliti kepada **“Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung”**

### **1.2.2. Pertanyaan Penelitian**

Masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dengan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana motif Generasi X dalam menggunakan media sosial *Facebook*.
2. Bagaimana makna penggunaan media sosial *Facebook* oleh Generasi X.
3. Bagaimana perilaku Generasi X dalam menggunakan media sosial *Facebook*.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana motif Generasi X menggunakan Media sosial *Facebook*.

2. Mengetahui bagaimana makna pengguna media sosial *Facebook* oleh Generasi X.
3. Mengetahui bagaimana perilaku penggunaan media sosial *Facebook* oleh Generasi X.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tema penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya jurusan jurnalistik untuk menjadi bahan kajian pada penelitian selanjutnya yang sejenis.

#### **1.3.3.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian secara teoritis dapat memberikan masukan dan dapat memperdalam pengetahuan juga teori yang berhubungan dengan studi ilmu komunikasi. Penelitian ini juga lebih membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi penulis terhadap gejala atau realitas sosial yang ada di masyarakat dan menarik untuk di teliti.

#### **1.3.3.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai fenomena generasi X sebagai pengguna sosial *Facebook* paling update.

## 2. Bagi Univeesitas Pasundan

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa unpas khususnya bagi program studi ilmu komunikasi sebagai *literature* bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

## 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat untuk bisa lebih memahami penting kedekatan media. Dan agar masyarakat juga melakukan juga komunikasi yang baik dalam menggunakan media sosial.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. *Review Penelitian Sejenis***

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian terdahulu. Bagian ini dilakukan sebagai perbandingan antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Disini peneliti menggunakan dua penelitian sejenis, sebagai berikut:

1. Engki Imelda, Mahasiswi Universitas Pasundan 2012 (122050275). Dengan judul penelitian “Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Wali Kota Bandung” dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi Fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini tidak jauh berbeda dengan yang peneliti lakukan, namun yang pasti objek dalam penelitiannya berbeda.
2. Muhammad Syaeful, Mahasiswa Universitas Pasundan 2013 (132050295). Dengan judul penelitian “Penggunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi Diri Di Dunia Maya” dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini melakukan teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan, internet, observasi, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam.
3. Diandra Teviani, Mahasiswi Universitas Pasundan 2012 (122050168). Dengan judul penelitian “Fenomena Penggunaan Whatsapp Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Kota Bandung” dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini melakukan teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan, internet, observasi, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam.

4. Rifa Yusnita Raning, Mahasiswi Universitas Pasundan 2015 (152050495). Dengan judul penelitian “Fenomena Penggunaan Aplikasi V Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung” dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini melakukan teknik pengumpulan data dengan studi kepustakaan, internet, observasi, studi dokumentasi, dan wawancara mendalam.

### 2.1.1 Kajian Literatur

Tabel 2.1

*Review Penelitian Sejenis*

<b>Nama Peneliti &amp; Tahun Penelitian</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>	<b>Persamaan Penelitian</b>
Engki Imelda 2012 (Universitas Pasundan)	Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Wali Kota Bandung	Kualitatif	Mengetahui tentang Makna, Tindakan dan Motif penggunaan Media Sosial Instagram oleh Wali Kota Bandung	Mengetahui tentang Makna, Tindakan dan Motif yang dilakukan oleh model Alfred Schutz
Muhamamad Syaeful 2013 (Universitas Pasundan)	Penggunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi Diri Di Dunia Maya	Kualitatif	Mengetahui tentang Motif, Makna dan Tindakan Penggunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi Diri Di Dunia Maya	Mengetahui tentang Makna, Tindakan dan Motif yang dilakukan oleh model Alfred Schutz
Diandra Teviani, 2012 (Universitas Pasundan)	Fenomena Penggunaan Whatsapp Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Kota Bandung	Kualitatif	Mengetahui tentang Motif, Makna dan Tindakan Penggunaan Whatsapp Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas Kota Bandung	Mengetahui tentang Makna, Tindakan dan Motif yang dilakukan oleh model Alfred Schutz
Rifa Yusnita Raning	Fenomena Penggunaan Aplikasi V	Kualitatif	Mengetahui tentang Motif, Makna	Mengetahui tentang Makna,

(2015) Universitas Pasundan	Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung		dan Tindakan Penggunaan Aplikasi V Live Broadcasting Di Komunitas Korea Hansamo Bandung	Tindakan dan Motif yang dilakukan oleh model Alfred Schutz
-----------------------------------	--	--	--	--

## **2.1.2. Kerangka Konseptual**

### **2.1.2.1. Komunikasi**

Secara Etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari kata atau bahasa latin yaitu *communication*, akar kata *communis* adalah *communico* yang berarti sama. Dalam hal ini yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran sebuah pesan.

Komunikasi adalah sebuah proses timbal balik antara komunikator dan komunikan dalam penyampaian sebuah informasi baik berupa ide, gagasan ataupun pesan dengan menggunakan berbagai macam alat media elektronik yaitu media cetak, media audio, dan media audio visual. Komunikasi dilakukan dengan cara Bahasa verbal. Namun jika suatu pesan tidak dapat dimengerti oleh komunikan, komunikator dapat menggunakan Bahasa non verbal seperti Bahasa isyarat dan Bahasa tubuh untuk mempermudah suatu jalannya komunikasi.

Setiap manusia berkomunikasi untuk berbagi sebuah pengalaman dan pengetahuan yang selama hidup ia dapatkan. Manusia memiliki beberapa bentuk umum komunikasi seperti mengirim sinyal dalam gesture tubuh, tulisan, bicara, gerakan, poster dan penyiaran. Komunikasi dapat berjalan interaktif jika seorang komunikator dapat menyampaikan sebuah pesan dengan baik dan memiliki gaya Bahasa yang asik dan enak di dengar, sehingga jalannya komunikasi berjalan interaktif dan penyampaian sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Berkomunikasi, dapat dilihat dari cara responsive suatu kelompok melalui sikap dan perasaan orang dapat dipahami oleh kelompok lain atau pihak lain.

Namun, jalannya komunikasi akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan tersebut.

Hakikat Komunikasi menurut Effendy adalah “Proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya (Effendy, 2003 h,28).

Selanjutnya, Effendy juga mengemukakan definisi komunikasi secara paradigmatis sebagai berikut : “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung ataupun secara lisan dan melalui media” (Effendy, 1998 h,5).

Pengertian yang diberikan oleh Effendy tersebut dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi maka dapat diartikan atau diambil sebuah kesimpulan bahwa komunikasi berlangsung sesama makhluk hidup dan berakal, salah satunya manusia. Komunikasi berlangsung antar manusia, dimana yang memberikan komunikasi informasi atau yang menyampaikan sebuah makna, informasi dinamakan komunikator dan yang menerima pesan adalah komunikan.

Menurut Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, menjelaskan bahwa Ilmu Komunikasi adalah : “Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Hovland, 2005 h,10)”.

Hovland menjelaskan bahwa sebuah proses komunikasi tidak hanya sebuah pertukaran informasi saja, namun Hovland lebih menegaskan bahwa dengan

proses komunikasi dapat membentuk sebuah jati diri, sikap dari sebuah pendapat umum.

Mulyana yang mengutip dari Miller dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengatakan bahwa komunikasi sebagai : “Situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Miller, 2002, h,54)”.

Penjelasan Miller hampir sama dengan Hovland. Namun Miller mengasumsikan dalam proses komunikasi terjadi penyampaian pesan yang disadari atau tidak disadari dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan tersebut. Sehingga dengan semua proses komunikasi yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung seorang komunikator dapat mempengaruhi pola perilaku komunikasi dalam kehidupannya.

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar ataupun yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanafaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, contohnya seperti komunikasi adalah sebuah penyampaian pesan melalui media elektronik, atau terlalu luas seperti komunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan.

Rudy menjelaskan pengertian singkat mengenai komunikasi dalam bukunya yang berjudul Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional bahwa :

“Komunikasi adalah proses penyampaian informasi-informasi, pesan-pesan, gagasan atau pengertian dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna, baik secara verbal maupun non verbal dari seseorang atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk saling pengertian dan atau kesepakatan bersama” (Rudy, 2005, h,1).

Definisi diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebuah lambang-lambang dalam komunikasi dapat mengandung arti dan makna baik secara verbal maupun non verbal mencakup dari bahasa lisan, tulisan, gambar, gerak tubuh, warna dan sebagainya.

Menurut pakar lainnya, yaitu Albig, Berelson dan Stainer yang dikutip oleh Effendy dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menjelaskan :

“Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan bahasa, gambar-gambar, bilangan, grafik dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaian itulah yang biasanya dinamakan komunikasi” (Effendy, 1005, h,1).

Pikiran dan gagasan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan selalu menyatu dan terpadu, secara teoritis tidak mungkin hanya pikiran atau dengan perasaan saja, masalahnya mana yang diantara pikiran dan perasaan yang dominan, paling sering adalah pikiran yang dominan, jika perasaan yang mendominasi pikiran hanyalah dalam situasi tertentu, contohnya seperti seorang suami sebagai komunikator ketika sedang marah mengucapkan

kata-kata yang menyakitkan. Situasi seperti ini menjadi sebuah komunikasi yang pelik mengundang pertanyaan yang hakiki dan memerlukan jawaban yang hakiki pula.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, dan keterampilan sebagai simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku atau sebuah respons yang dilakukan dengan media-media tertentu.

Hal yang terpenting dalam komunikasi adalah aktivitas memaknai informasi yang disampaikan oleh sumber informasi dan pemaknaan yang dibuat oleh *audeins* terhadap informasi yang didapat atau diterimanya itu. Pemaknaan informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Subjektif, artinya memiliki kapasitas untuk memaknakan informasi yang disebarkan atau diterimanya berdasarkan pada apa yang ia rasakan, ia yakini dan ia mengerti serta berdasarkan tingkat pengetahuan kedua belah pihak. Sedangkan kontekstual adalah memaknakan sebuah informasi berdasarkan data dan fakta yang dilapangan.

#### **2.1.2.2. Proses Komunikasi**

Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Effendy, 2005 h,11) terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

##### **1. Proses Komunikasi secara Primer**

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*gesture*, isyarat, gambar,

warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat atau mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

## **2. Proses Komunikasi secara sekunder**

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasike karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan sebagainya adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb.) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb.).

Komunikasi akan berjalan dengan efektif jika memiliki tiga unsur penting di dalamnya, tiga unsur penting dalam komunikasi yaitu adanya komunikator sebagai pembicara atau seorang narasumber, yang ke dua adalah sebuah pesan dan yang terakhir yaitu seorang yang menerima pesan dari komunikator.

### **2.1.2.3. Media Komunikasi**

Media komunikasi adalah saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*).

Media komunikasi juga dapat diartikan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai alat memproduksi, reproduksi, mengolah dan

mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media komunikasi sangat bermanfaat bagi kehidupan khalayak.

Salah satu yang termasuk media komunikasi atau sarana komunikasi adalah kartu pos, telepon, bulletin papan pengumuman spanduk, poster, telegram dan sebagainya. Namun di Indonesia saat ini media komunikasi yang paling populer adalah majalah, radio, televisi, dan film. Kelima jenis media komunikasi itu sangat digemari oleh masyarakat Indonesia saat ini. Namun dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat media komunikasi bertambah lagi dengan menggunakan Internet yang melahirkan media *cyber* (*cybermedia*, *media online*).

Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek menyatakan bahwa :

“Media komunikasi adalah sarana atau alat yang menyalurkan pesan komunikasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, misalnya telepon, surat elektronik, radio, televisi, *computer* dengan menggunakan network yang dihubungkan dengan modern (Effendy, 1992 h, 64)”.

Peneliti dapat menyimpulkan kutipan diatas bahwa media komunikasi adalah alat atau sarana prasarana dalam menyampaikan sebuah pesan informasi dari komunikator kepada komunikan, baik itu bersifat satu arah atau dua arah.

Secara sederhana peneliti menganalisis bahwa media komunikasi adalah sebuah sarana dan prasaranan yang membantu serta menunjang keberhasilan penyampaian informasi dari komunikator kepada khalayak. Dengan adanya media

komunikasi seseorang dapat dengan mudah mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya tanpa adanya batasan apapun.

#### **2.1.2.4 Media Massa**

Media massa sebagai Saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*).

Beberapa yang termasuk media massa atau sarana komunikasi massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Kelima jenis media massa itu dalam literatur lama dikenal dengan sebutan *The Big Five of Mass Media* (Lima Besar Media Massa). Kini *The Big Five* itu berubah menjadi *The Big Six of Mass Media* dengan hadirnya internet yang melahirkan media siber (*cybermedia*, media online).

#### **2.1.2.5. Jenis-Jenis Media Massa**

Menurut Cangara Hafied dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2010 h,74), media massa dibedakan menjadi tiga jenis, yakni:

##### **1. Media cetak**

Merupakan media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920 an. Kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik pada teori komunikasi massa.

## **2. Media elektronik**

Setelah media cetak munculah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampain pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.

## **3. Media internet**

Media ini populer pada abad 21. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui website. Banyak kelebihan media maassa internet dibanding media yang lain. Namun akses internet yang masih terbilang bebas

### **2.1.2.6 Definisi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dimana dalam penyampaian pesannya harus melalui sebuah media. Komunikator dalam komunikasi massa harus terlembaga dan komunikan tidak dapat dihitung, dalam artian khalayak yang banyak. Jika dalam penyampaian pesannya tidak menggunakan media massa dan komunikator tidak terlembaga, maka itu bukan termasuk kedalam komunikasi massa. Didalam penyampaiannya komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam bukunya Ardianto yang berjudul Komunikasi Massa yakni: “komunikasi

massa adalah pesan yang dikomunikasikan *melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people)*” (Bitnner, 2015 h,3). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya dikenal sebagai media elektronik, surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak, serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

#### **2.1.2.7 Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Effendy (Effendy, 1993 h,18) dalam buku Pengantar Komunikasi Massa mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah:

##### **1. Fungsi Informasi**

Fungsi informasi diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa, yang dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Karena khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

##### **2. Fungsi Pendidikan**

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Cara mendidik yang

dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

### **3. Fungsi Memengaruhi**

Media massa memberikan pengaruh kepada khalayak berupa berita melalui tajuk atau editorial, *feature*, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi maupun surat kabar.

#### **2.1.2.8 Media Sosial**

Media sosial merupakan suatu media online yang para penggunanya dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi. Pengertian media sosial adalah suatu saluran atau sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.

Media sosial mempunyai banyak bentuk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya, diantaranya yaitu blog, twitter, facebook, instagram dan lain-lain. Postingan yang dibuat di media sosial dapat dilihat oleh jutaan orang di seluruh dunia dengan gratis. Adapun pengertian media sosial menurut Elvinaro (2016) menyatakan bahwa :

“Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial *network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan

wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.”

Media sosial merupakan suatu sarana yang terbilang mudah sekali untuk dicari dan digunakan, akibatnya pengguna media sosial sekarang menjadi meningkat pesat. Pengertian media sosial menurut Mandibergh dalam buku Dr. Rully yang berjudul Media Sosial, yakni ; “Media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*) (Mandibergh, 2015 h,13)”.

Lalu ada pula pengertian internet dari Dr. Rully (2015) yang mengatakan bahwa :

”Media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”.

Dari kutipan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial adalah suatu wadah jaringan komunikasi antara pengguna untuk menghasilkan suatu konten tertentu untuk dijadikan sebuah informasi dan dibagikan kepada komunikan.

#### **2.1.2.9 Karakteristik Media Sosial**

Menurut Dr. Rully dalam bukunya yang berjudul Media Sosial (Dr. Rully, 2015 h,19), media sosial memiliki enam karakteristik, yakni:

### 1. Jaringan (*network*) Antar Pengguna

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar penggunanya saling mengenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan dapat menghubungkan seorang pengguna dengan pengguna lain, dengan adanya jaringan di dalam media sosial maka harus ada internet untuk mengkoneksikannya.

### 2. Informasi (*Information*)

Informasi dapat dijadikan karakteristik media sosial karena pesan yang disampaikan melalui media bisa dijadikan ajang informasi. Pengguna media sosial dapat mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi berdasarkan interaksi.

### 3. Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi yang telah tersimpan dapat diakses kapan pun, dimanapun dan melalui perangkat apa pun. Setiap pesan yang pernah dipublikasikan di media sosial dapat kembali di akses kapanpun dimanapun dan melalui perangkat apapun.

### 4. Interaksi (*Interactivity*)

Interaksi merupakan karakter dasar media sosial yang dapat membentuk jaringan antar pengguna. Dengan interaksi dapat memperluas hubungan pertemanan dengan para pengguna lain. Karena karakter interaksi adalah saling mempromosikan dan membagi perasaan antar pengguna media sosial.

#### 5. Simulasi (*Simulation*) sosial

Realitas media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah diproduksi dan di reproduksi oleh media menjadi relitas tersendiri yang terkadang apa yang dipresentasikan berbeda atau malah bertolak belakang. Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi yang telah tersimpan bisa diakses kembali kapanpun, dimanapun dan melalui perangkat apapun. Setiap pesan yang dipublikasikan media sosial dapat tersimpan dan diakses kembali.

#### 6. Konten oleh pengguna (*user – generated user*)

Konten yang ada di dalam media sosial bisa dibuat sendiri oleh para pengguna media sosial. Konten media sosial berbeda – beda tergantung media sosial yang digunakan oleh para pengguna. Konten di dalam media sosial bisa digunakan oleh para pengguna dengan menyebarkan foto dan video yang pengguna sukai.

### **2.1.2.10 Definisi Internet**

Munculnya internet telah menyedot perhatian dan membawa perubahan yang cukup mendalam, terutama cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah dan biaya sangat terjangkau dengan orang lain di seluruh penjuru dunia dan tanpa batas, batasan fisik daerah, dan batasan waktu. Aktivitas-aktivitas terus berjalan tanpa mengenal waktu. Ketika waktu bergeser kebelahan dunia yang lain, teknologi informasi adalah jaringan yang sangat diandalkan setiap orang untuk berkomunikasi dengan rekannya.

Tjipto dan Santoso dalam bukunya Strategi Riset lewat Internet “Dalam hal daya tarik menarik komunikasi, internet menawarkan kemampuan berkomunikasi secara elektronik (via email dan chatting) yang relatif mudah dan dapat diakses selama 24jam (Tjipto, Santoso, 2011 h,15)”.

Definisi internet itu sendiri adalah hubungan sejumlah jaringan computer dengan menggunakan standar sistem global *control protocol internet protocol suite* (TCP/IP). TCP berfungsi untuk memastikan semua hubungan kerja dengan benar, sedangkan IP berguna untuk mentransmisikan dari 1 komputer ke computer lain.

Burhan dalam Buku Sosiologi Komunikasi mengungkapkan bahwa ;

“Internet (*Interconnection networking*) merupakan jaringan *computer* yang dapat menghubungkan suatu *computer* dengan jaringan *computer* lain, sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri. Seperti yang diketahui internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televise, radio dan telepon” (Burhan, 2006 h,135)”.

Berdasarkan pengertian diatas Internet internet adalah jejaring yang menghubungkan satu dengan lainnya melalui media yang terhubung secara online berupa komputer, radio, telepon, televise dan radio.

### 2.1.2.11 Facebook

**Gambar 2.1**

**Logo Facebook**



Banyak sekali kehadiran media sosial di Indonesia, salah satu nya adalah Facebook. Facebook adalah salah satu jejeraing media sosial *online* yang membuat para penggunanya dapat menampilkan diri dalam profil *online*, menambah pertemanan juga menuliskan sebuah komentar dan memposting foto serta saling melihat satu sama lain. Facebook memungkinkan para penggunaan menambahkan profil dengan foto, kontak ataupun informasi personal lainnya dan dapat bergabung dengan komunitas untuk melakukan koneksi serta berinteraksi dengan pengguna lainnya. Facebook telah menemukan gaya baru dalam berinteraksi satu sama lain tanpa melalui kontak langsung ataupun dalam penyampaian informasi.

Menurut Jonru Ginting dalam buku Taufik Hidayat yang berjudul Lebih Dekat Dengan Facebook menyatakan bahwa : “Dari segi sosial Facebook bisa dikatakan sebagai identitas atau KTP kita di dunia maya” (Jonru Ginting,2009 h.13).

Dari kutipan diatas facebook bisa dikatakan sebagai ajang penunjukan diri kita didunia maya melalui update status, upload foto atau bahkan dengan mengikuti suatu komunitas didalamnya.

Mark Zuckberg bisa jadi tidak mengira bahwa jejaring untuk sesama mahasiswa yang telah dia buat dengan temannya Eduardo Daverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes akan menjadi sebuah fenomena.

Apa yang mereka buat saat itu tidak lebih dari situs kontak jodoh untuk rekan-rekannya di Harvard bernama facemash.com yang terinspirasi dari *Hot or Not*. Dalam waktu 24 jam sejak facemash di luncurkan, lebih dari sekitar 1.200 mahasiswa Harvard yang antri untuk bergabung.

Pada Agustus 2005 facemash.com berubah nama menjadi Facebook. Dari tahun ketahun facebook terus mengalami peningkatan penggunaanya. Hingga tahun 2018, facebook telah menghasilkan 1,6 miliar akun yang dikunjungi setiap harinya. Di Indonesia pengguna sosial facebook menginjak angka 130 juta akun hingga bulan januari 2018, angka tersebut membuat pengguna facebook di Indonesia tertinggi di Asia Tenggara dengan jumlah pengguna media sosial facebook terbanyak.

Facebook memiliki perbedaan dengan sosial media lainnya, facebook memiliki sejumlah fitur yang dapat memungkinkan berinteraksi dengan penggunaanya. Diantaranya dinding dalam profile pengguna yang memungkinkan pengguna lain mengirimkan pesan (Apriadi 2013 halaman 80).

### 2.1.2.12. Fitur *Facebook*

Onno W. Purba (dalam bukunya Ziveria, 2017, h,175) mengklasifikasikan setidaknya enam fitur dalam media sosial facebook yaitu :

#### 1. *Status update*

*Status update* merupakan fitur pada *Facebook* yang memungkinkan penggunanya mengetahui keadaan teman-teman tanpa harus bertemu atau berkomunikasi langsung dengannya. Dengan *Facebook*, pengguna dapat mengetahui kondisi dari banyak teman-teman dalam waktu yang sama, kapan saja. Pengguna juga akan lebih tahu berita terkini yang sedang ramai dibicarakan oleh teman-teman facebooknya. Fitur status update ini juga dilengkapi dengan kolom komentar yang memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain.

#### 2. *Photo tagging*

*Photo tagging* merupakan fitur pada *Facebook* yang membuat penggunanya dapat mengetahui nama-nama orang yang ada disebuah foto. Selain itu, foto-foto yang memuat diri kita pun dikumpulkan jadi satu, sehingga mudah dicari.

#### 3. *Ajax technology*

*Ajax technology* merupakan fitur pada *Facebook* yang memungkinkan bagian tertentu dari sebuah halaman dapat di-*update* tanpa harus melakukan *refresh* atau membuka kembali halaman tersebut.

#### 4. *Games*

Terdapat banyak *games* yang terintegrasi dengan *Facebook*. Sebagian besar *games* tersebut memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi dengan teman-teman kita di *Facebook* didalam *games* tersebut.

#### 5. *Privacy Control*

*Privacy control* merupakan fitur pada *Facebook* yang memungkinkan penggunanya untuk mengatur *content-content* apa saja yang dapat diakses secara publik, atau hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengaksesnya.

#### 6. *Like feature*

*Like feature* adalah sebuah fitur pada *Facebook* digunakan untuk mengapresiasi sesama pengguna *Facebook* melalui status yang diberikan atau foto, *games*, artikel dan lain-lain yang di upload pada *Facebook* oleh pengguna lainnya.

Terdapat pula fitur grup dalam *Facebook* yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dalam sebuah lingkungan *online* langsung dengan pengguna lainnya. Dalam fitur ini pengguna dapat berkomunikasi baik dengan saling membalas komentar maupun membalas dengan gambar.

### **2.1.2.13 Generasi**

Menurut Mannheim (1952) (dalam Yanuar, 124 h, 2016) generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Kupperschmidt's (2000) menjelaskan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi

kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian – kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Dari beberapa definisi tersebut teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe & Strauss (1991, 2000) membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian – kejadian historis.

Dari beberapa pengertian diatas menjelaskan bahwa generasi adalah generasi adalah sebuah sekelompok manusia atau kelompok yang mempunyai kesamaan dalam tahun lahir, umur serta kehidupan sosial yang sama.

**Tabel 2.2.**  
**Pengelompokan Generasi**

Sumber		Label			
<b>Tapscott (1998)</b>	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
<b>Howe &amp; Strauss (2000)</b>	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13 <sup>th</sup> Generation (1961-1981)	Millenial Generation (1982-2000)	-
<b>Zemke et al (2000)</b>	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
<b>Lancaster &amp; Stillman (2002)</b>	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-

<b>Martin &amp; Tulgan (2002)</b>	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millenials (1978-2000)		
<b>Oblinger &amp; Oblinger (2005)</b>	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen- Y/NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995- present)	

---

**(Sumber Yanuar, 2016 h,125)**

(Yanuar, 2016 h,128) dalam peneletian nya menjelaskan beberapa hasil secara umum dan memiliki kesamaan. Veteran *generation* atau sering juga disebut sebagai *silent generation* adalah generasi yang konservatif dan disiplin (Howe & Strauss, 1991), *Baby boom generation* adalah generasi yang materialistis dan berorientasi waktu (Howe & Strauss, 1991).

Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (personal *computer*), *video games*, tv kabel, dan internet. Ciri – ciri dari generasi ini adalah mampu beradaptasi dan menerima perubahan dengan baik serta biasa disebut dengan generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya (Jurkiewicz,2000).

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau *milenium*. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus tahun 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi seperti email, SMS dan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004). Lebih lanjut (Lyons, 2004) mengungkapkan ciri – ciri dari generasi Y adalah: karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

### **2.1.3 Kerangka Teoritis**

Fenomenologi berasal dari Bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti “menampak”. Istilah ini diperkenalkan oleh Johann Heirinckh. Istilah fenomenologi bila dilihat lebih lanjut berasal dari dua kata yakni; *phenomenon* yang berarti tampak dan *logos* yakni ilmu. Maka fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Lebih lanjut, Kuswarno mengatakan bahwa fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksikan makna dan konsep

penting dalam kerangka intersubjektif (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan manusia dengan orang lain).

Alfred Schutz merupakan salah satu orang yang pertama mencoba menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat ditetapkan untuk mengembangkan wawasan ke dalam dunia sosial. Schutz memusatkan perhatiannya pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri. Perspektif yang digunakan oleh Schutz oleh kesadaran itu menggunakan konsep intersubjektif. Yang dimaksud dengan intersubjektif adalah kehidupan-dunia (*world-life*).

Lebih lanjut, Schutz menjelaskan konsep motif. Schutz menjadikan konsep ini menjadi dua pemaknaan dalam konsep motif. Pertama, motif *in order to*, kedua, motif *because*. Motif *in order to* menjelaskan yang dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan motif *because* merupakan motif yang melihat kebelakang. Secara sederhana bisa dikatakan sebagai pengidentifikasian masalah sekaligus untuk menganalisisnya, sampai seberapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya.

Penelitian ini dapat dilakukan dengan studi fenomenologi, sesuai dengan yang dikemukakan oleh Wilson dalam bukunya Kuswarno yang berjudul Fenomenologi Metode Penelitian Komunikasi sebagai berikut ;

“Praktik fenomenologi adalah dengan cara mengembangkan kejadian dalam suatu kajian sebagaimana apa yang dihasilkan oleh pekerjaan peneliti fenomenologi melalui berbagai publikasi. Analisis fenomenologi terhadap isi budaya media massa misalnya,

menerapkan unsur-unsur melalui pendekatan untuk menghasilkan pemahaman refleksi keadaan yang saling mempengaruhi dunia kehidupan *audiens* dan materi program (Wilson, 2009 h,21)”.

Permasalahan yang diangkat oleh peneliti selaras dengan kutipan diatas, peneliti melihat bahwa penggunaan media sosial *Facebook* oleh Generasi X salah satu bentuk ekspolarasi diri kepada dunia luar, khususnya para pengguna *Facebook* dari umur 38-58 tahun atau disebut dengan Generasi X.

#### **2.1.4. Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode ataupun teori yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Fenomenologi dari Alfred Schutz (1899-1959) dalam Fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain?

3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam?

Pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz yang di kemukakan oleh Kuswarno dalam buku *Fenomenologi Metode Penelitian Komunikasi* menjelaskan bahwa ;

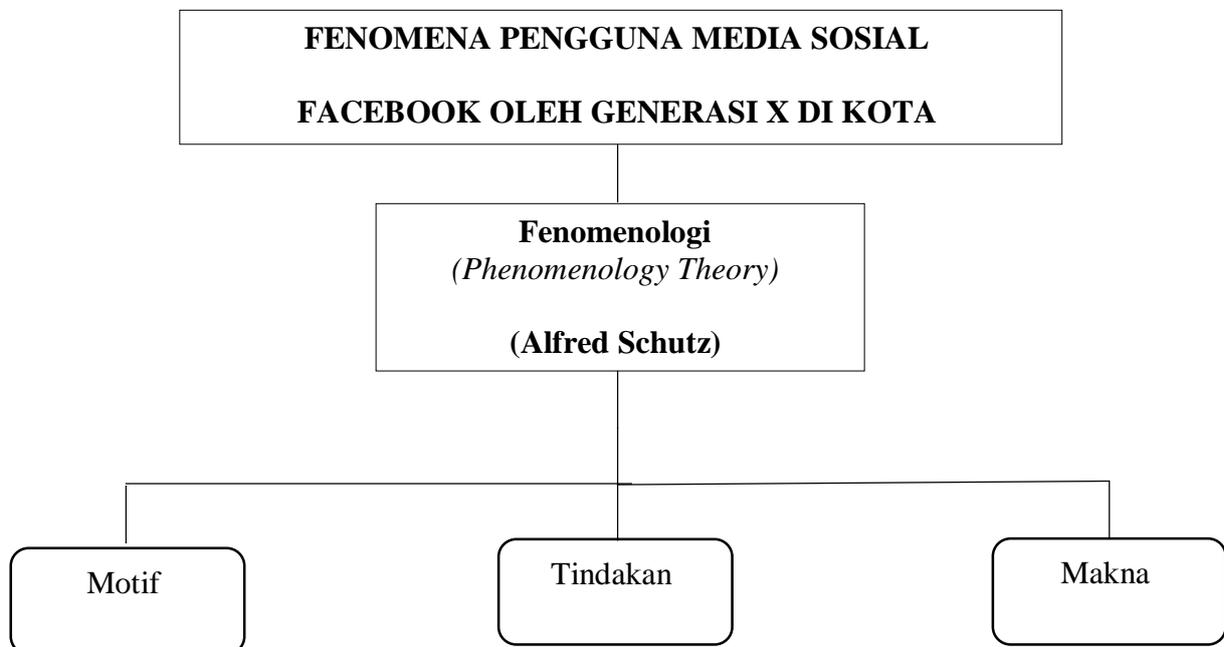
“Bahwa realitas itu bersifat ganda, yakni ada dunia obyektif yang empiris dan dunia kesadaran subyektif. Fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek (Kuswarno, 2009 h,1)”.

Konsep fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz biasa diistilahkan dengan fenomenologi sosial. Schutz berusaha menyusun konsep fenomenologi yang disusun Husserl agar lebih dipahami. “Konsep Husserl memang memiliki kesan yang lebih abstrak, dan Schutz menyusun fenomenologi menjadi konsep yang lebih praktis (Annisarizki, 2015, h,5).”

Pendekatan fenomenologi, menjadi alat bagi peneliti untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi. Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut :

**Gambar 2.2**

Bagan Kerangka Pemikiran



## **BAB III**

### **SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan suatu benda, manusia maupun lembaga yang akan diteliti dimana didalam dirinya mengandung hal-hal terkait masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Subjek penelitian merupakan keseluruhan objek yang terdapat beberapa narasumber atau informan yang akan memberikan informasi. Adapun subjek yang akan menjadi informan ahli dalam penelitian ini adalah Agus Wibowo seorang Aktivis *Blogger* dan Sosial Media, lalu informan ahli lainnya yaitu Reza Andi Anugerah S.Ikom seorang Digital Advertising Sosial Media dan. Informan Inti adalah para Pengguna Media Sosial Facebook dari Umur 38-58. Peneliti telah menemukan beberapa informan inti untuk di mintai keterangan tahun yang belum ditentukan dan dipilih secara acak sebanyak empat sampai tujuh orang.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian dari penelitian ini sendiri adalah para Generasi X yang aktif atau pengguna media sosial *Facebook* dari umur 38-58 tahun (Generasi X) yang aktif menggunakan sosial media *Facebook*. Penelitian dilakukan pada para pengguna media sosial *Facebook* oleh Generasi X, karena menurut riset *emarketer* Generasi X tersebut paling antusias menggunakan media sosial *Facebook* saat ini.

### 3.3 Metodologi Penelitian

#### 3.3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara dalam penelitian untuk memperoleh pemahaman dan pengetahuan dari obyek yang akan kita teliti serta bagaimana pemahaman dan pengetahuan itu memenuhi tujuan penelitian.

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti dengan menggunakan kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian dengan menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau secara lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif pada dasarnya landasan teoritis bertumpu secara mendasar pada fenomenologi dan menggali makna dalam penelitian.

Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada fenomena penggunaan media sosial *Facebook* oleh Generasi X di kota Bandung. Dengan terfokus pada sebuah fenomena, maka metode penelitian yang cocok digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi.

Menurut Krik dan Millet dalam buku metode penelitian ; dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra karangan Mahi M Hikmat menjelaskan bahwa ;

“Pendekatan kualitatif adalah pendekatan tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasan sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya” (Krik, Millet, 2011 h,38).

Metode penelitian kualitatif ini sering disebut dengan penelitian Naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (*Natural Setting*)

Penelitian Naturalistic memasuki arena penelitian yang diminatinya untuk menafsirkan fenomena yang ditemuinya, tidak memanipulasi atau mengontrolnya dan mencampurnya sedikit mungkin. Menurut Mulyana dalam buku metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya, “Penelitian naturalistic menekankan *logic in action*, yakni logika individu yang diteliti, alih-alih logika formal (Mulyana, 2002 h,159)”.

Berdasarkan kutipan diatas maka penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana fenomena pengguna media sosial *Facebook* oleh Generasi X di Kota Bandung dapat dikatakan sebagai sebuah penelitian kualitatif.

### **3.3.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah sekumpulan anggapan dasar mengenai pokok permasalahan, tujuan, dan sifat dasar bahkan kajian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri, kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan hasil konstruksi pemikiran. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Pengetahuan hasil bentukan manusia itu tidak bersifat tetap, tetapi berkembang terus. Penelitian kualitatif berlandaskan pada paradigma konstruktivisme yang berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan

hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti.

Adapun pengertian dari paradigma konstruktivisme menurut Hidayat “Merupakan paradigma yang hampir merupakan antithesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan”. (Hidayat, 2003, hal 3)

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa paradigma konstruktivis memandang suatu ilmu sosial sebagai analisis sistematis melalui pengamatan langsung (realitas) dan terperinci. Maka dari itu peneliti menggunakan paradigma konstruktivis untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung.

### **3.3.3 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ada beberapa cara, diantaranya yaitu:

#### **1. Observasi**

Nasition seperti dikutip dalam (Sugiyono, 2015, h. 226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Peneliti hanya dapat bekerja berdasarkan data mengenai kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

## **2. Wawancara**

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengemukakan permasalahan yang harus diteliti serta untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden.

Kelengkapan data yang dicari, peneliti melakukan wawancara kepada aktivis *blogger* dan sosial media yang setiap harinya selalu mengikuti perkembangan sosial media dengan tujuan untuk lebih melengkapi data yang dicari dan mengungkap penyebab Generasi X lebih antusias menggunakan media sosial *Facebook*.

## **3. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2015) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Peneliti mencari sumber informasi melalui perubahan buku-buku, foto, artikel, dan bahan-bahan lainnya untuk mendukung data penelitian. Serta untuk menjadi referensi dalam menunjang untuk melakukan wawancara.

### **3.3.4 Rancangan Analisi Data**

Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-

menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Komponen dalam analisis data:

1) *Reduction* (reduksi data) data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya.

2) *Data display* (penyajian data) penyajian data penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya.

3) *Conclusion Verification* (verifikasi atau penyimpulan) data kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat, yang mendukung pada tahap berikutnya.

bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2015, h. 247)

### **3.3.5 Keabsahan Data**

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah manusia, karena itu yang diperiksa adalah keabsahan datanya. Untuk mendapatkan keabsahan data peneliti mendapatkannya dari informan yang terkait dan juga dokumentasi. Keabsahan data sudah sah jika memiliki empat kriteria sesuai yang diunggah oleh Moleong, kriteria keabsahan data ada empat macam, yaitu:

- 1) Kepercayaan (*credibility*)
- 2) Keteralihan (*transferability*)

3) Kebergantungan (*dependability*)

4) Kepastian (*conformability*)

Penelitian kualitatif yang peneliti lakukan ini menggunakan triangulasi untuk mengecek keabsahan data /uji kredibilitas data. Metode triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

Triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi ke waktu menyimpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. (Moleong, 2010, h. 330)

Uji kredibilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Setelah peneliti mendapatkan data, baik itu data berupa hasil wawancara, data dokumentasi, maupun data observasi, maka selanjutnya peneliti melakukan triangulasi sumber, antara lain dengan cara membandingkan data wawancara antar informan satu dengan lainnya serta membandingkan data wawancara dengan dokumentasi yang telah dikumpulkan.

### **3.3.6 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di dua tempat, objek nya sendiri akan dilakukan pemilihan responden secara acak yang menggunakan media sosial facebook dari umur 38-58 tahun dan akan dilaksanakan di beberapa tempat yang belum diketahui. Dari akademis dilakukan di Universitas Pasundan yang beralamat di Jl. Lengkong Besar No.68 Bandung, di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Karena penelitian ini eksploatif maka tak bebas waktu, penelitian akan dinyatakan selsesai pada saat peneliti merasa benar-benar cukup mendapatkan data dari informan / narasumber.

Metode penelitian menuntut peneliti dilakukan dalam setting yang alamiah. Oleh karena itu, penelitian dilakukan di tempat individu (yang menjadi subjek penelitian) biasa beraktivitas yang disepakati oleh individu dn peneliti.

### **3.3.7 Membuka Akses dengan Subjek Penelitian**

Sebelum melakukan wawancara yang mendalam dengan informan guna melengkapi data. Peneliti harus terlebih dahulu datang ke lokasi penelitian untuk mencari memastikan apakah informan bersedia untuk diwawancarai atau tidak, kemudian peneliti menjelaskan kepada subjek perihal penelitian yang akan dianalisi guna memenuhi skripsi. Setelah informan menyetujui dan sepakat untuk ikut terlibat dalam proses wawancara guna memenuhi data, maka peneliti mengikuti kesepakatan waktu dan tempat yang sudah dijadwalkan untuk melakukan wawancara tersebut.

### 3.3.8 Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1.**  
**Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	WAKTU					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Penjajagan	25-31					
2	Penyusunan Usulan Penelitian		28-29	1-31	1-30		
3	Seminar Usulan Penelitian					13	
4	Pengumpulan Data Informan					19-31	
5	Analisis Data Lapangan						1 – 10
6	Penyusunan Data dan Laporan						10 – 27
7	Sidang Akhir						28

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Penulisan hasil penelitian ini merupakan sebuah gambaran mengenai subjek dengan berbagai karakteristik, karakter, latar belakang, komunikasi dan perilaku subjek terhadap pandangannya kepada objek.

Data yang diambil mendukung untuk penelitian ini adalah data yang berdasarkan wawancara mendalam dengan beberapa responden dan informan ahli dalam pertanyaan wawancara yang telah disusun sebelumnya, kemudian dianalisis sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti. Pembahasan hasil penelitian dibagi menjadi beberapa bagian responden yaitu analisis responden, analisis observasi yang mengikuti Fenomena Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung. Subjek penelitian berjumlah 10 orang responden dimana tujuh informan ahli yang aktif menggunakan media sosial yang berumur 38-58 tahun dan informan ahli berjumlah tiga orang dimana dua dari ahli atau yang bekerja atau berkaitan dengan media lalu salah satu dosen Universitas Pasundan. Berikut deskripsinya;

**Tabel 4.1.**  
**Deskripsi Subjek Responden**

<b>No</b>	<b>Deskriptif</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Keterangan</b>
1.	<b>Informan 1</b>	<b>Agus Kurnia</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>49</b>	<b>Wirausaha</b>
2.	<b>Informan 2</b>	<b>Wina Tresnawati</b>	<b>Perempuan</b>	<b>49</b>	<b>Wirausaha</b>
3.	<b>Informan 3</b>	<b>Iis Ratna Dewi Priatin</b>	<b>Perempuan</b>	<b>51</b>	<b>Ibu Rumah Tangga</b>
4.	<b>Informan 4</b>	<b>Ronny Amarullah</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>41</b>	<b>Wirausaha</b>
5.	<b>Informan 5</b>	<b>Hegu Hemzah</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>38</b>	<b>Pegawai Negri Sipil</b>
6.	<b>Informan 6</b>	<b>Neneng Jubaedah</b>	<b>Perempuan</b>	<b>42</b>	<b>Ibu Rumah Tangga</b>
7.	<b>Informan 7</b>	<b>Herni Triana</b>	<b>Perempuan</b>	<b>41</b>	<b>Ibu Rumah Tangga</b>
8.	<b>Informan 8</b>	<b>Sabila Aulia Hemzah</b>	<b>Perempuan</b>	<b>17</b>	<b>Pelajar</b>

<b>9.</b>	<b>Informan 9</b>	<b>Adinda Fauziah Damayanti</b>	<b>Perempuan</b>	<b>17</b>	<b>Pelajar</b>
<b>10.</b>	<b>Informan Ahli 1</b>	<b>Agus Wibowo</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>47</b>	<b>Aktivis sosial media dan blogger</b>
<b>11.</b>	<b>Informan Ahli 2</b>	<b>Reza Andi Anugerah</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>27</b>	<b>Digital Advertising</b>

*(Sumber : Hasil Wawancara Peneliti 2019)*

Penelitian yang dilakukan diperoleh dengan teknik wawancara mendalam, dengan beberapa informan yang telah dipilih sebelumnya oleh peneliti menjadikan sebagai bentuk pencarian data secara langsung yang diperoleh dilapangan kemudian dibahan dan dipaparkan oleh peneliti. Peneliti menggunakan teknik wawancara ini dilakukan dengan 10 informan yakni enam informan laki-laki dan empat informan perempuan. Peneliti mewawancarai semua informan berbeda tempat yang telah ditentukan dan disepakati bersama sebelumnya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dimana bertujuan untuk melihat situasi dan kondisi dalam kehidupan sosial. Pendekatan ini juga memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks. Penelitian ini juga bersifat deskriptif yakni berupa kata-kata secara tertulis ataupun lisan dan juga didasari okeh perilaku seseorang yang diamati.

Pendekatan difokuskan pada fenomena yang sedang terjadi, konstruksi sosial dan motifnya. Pada objek penelitian ini peneliti menjadikan objek tersebut masuk kedalam *variable* dan juga memandang ini sebagai suatu keutuhan.

Pada tahap ini analisis ini peneliti sebelumnya membuat daftar pertanyaan wawancara, pengumpulan data dan juga analisis data yang akan dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui sejauh mana informasi yang diberi dari informasi peneliti. Pada tahap ini, peneliti melakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyiapkan data menyusun pertanyaan wawancara sesuai dengan pokok masalah peneliti yang akan diajukan kepada informan atau narasumber.
2. Membuat perjanjian kepada informan untuk siap diwawancarai dan sepakat untuk lokasi pertemuan untuk wawancara.
3. Mulai mewawancarai informan setelah membuat janji untuk bertemu
4. Mereduksi data yang telah didapat dari informan lalu menuliskan kembali isi wawancara dengan informan menggunakan kata-kata atau tulisan.
5. Menganalisis hasil data dan informasi yang telah diperoleh dari hasil wawancara.

Setelah melakukan pengamatan dan juga wawancara dengan informan atau narasumber dari lokasi yang sebelumnya telah ditentukan, peneliti juga menganalisa berdasarkan data dari informan yang telah didapatkan melalui hasil wawancara.

Pada bab ini, peneliti mencoba untuk menguraikan data, informasi dan hasil penelitian seperti yang telah disusun pada bab 1, yaitu tentang Fenomena

Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung. Hasil yang telah diperoleh melalui dengan teknik wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan sebagai bentuk pencarian data secara langsung yang didapat dilapangan lalu kemudian dianalisis oleh peneliti.

Pemilihan responden penelitian didasarkan pada ciri-ciri atau klasifikasi tertentu. Dalam penelitian ini diambil 10 (sepuluh) orang responden berdasarkan klasifikasi tertentu diantaranya para pengguna sosial Facebook yang berumur 38-58 tahun dan informan ahli yang berkaitan atau mengetahui seputar sosial media.

#### **4.1.1. Motif penggunaan Media Sosial *Facebook* Oleh Generasi X Di Kota Bandung**

Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya sebuah kebutuhan yang ingin terpenuhi oleh manusia. Motif juga dapat disebut dengan daya penggerak dari dalam dan didalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai sebuah tujuan. Dalam hal ini peneliti akan menjabarkan hasil temuan dilapangan perihal motif informan dan pandangan dari beberapa para ahli mengenai penggunaan media sosial *Facebook* seputar pertanyaan tentang motif, berikut tanggapan dari beberapa informan ahli dan inti yang peneliti wawancara :

**Tabel 4.2.**  
**Motif Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X di Kota**  
**Bandung**

No	Informan	Motif
1	Agus Kurnia	<p>”Alasan menggunakan FB ya paling buat hiburan, nyari temen lama yang dulunya menghilang buat bisa berkomunikasi lagi”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>
2	Wina Tresnawati	<p>“Kalau dulu ibu awal banget nih, pertama kali ngegunain Facebook buat nyari temen-temen lama yang udah lama gak kontak atau berhubungan lagi, kalau sekarang ibu ngegunain Facebook buat bisnis juga.”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>
3	Iis Ratna Dewi Priatin	<p>“Kalau alesannya kan dari dulu teh kepisah sama temen lama gitu ya, yang SMP, SMA atau SD gitu ya jadi alesan nya mah pertama kali</p>

		<p>pake facebook buat nyari temen lama aja sama ikut-ikutan aja yang lain. Awalnya mah da ibu mah gak bikin sama gak punya Facebook, pas dulu sama bapak di bikinin yaudah ibu pake sampe sekarang gitu tapi pake facebook juga kerasa sekarang banyak manfaarnya sih”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>
4	Ronny Amarullah	<p>“Awalnya saya menggunakan atau memakai media sosial Facebook hanya ingin menyampaikan aspirasi saja sebenarnya, karena <i>basic</i> saya seorang seniman, jadi saya suka menyuarakan aspirasi atau inspirasi di Facebook. Aspirasi yang dimaksud contohnya kaya puisi, jadi mampu menyampaikan pesan secara lugas, luas dan tentunya menarik untuk dibaca para teman-teman <i>online</i> saya.”</p> <p>(27 Mei 2019)</p>

5	Hegu Hemzah	<p>“Latar belakang nya ngegunain Facebook ya paling bapak mah pake buat media komunikasi dengan teman saja.”</p> <p>(24 Mei 2019)</p>
6	Herni Triana	<p>“Menggunakan media sosial Facebook ini alasannya pertama cuman ikut-ikutan <i>trend</i> aja da ibu juga gak mau ketinggalan zaman terus kesini-kesininya pake Facebook buat liat-liat perkembangan zaman dan sebagai wahana komunikasi informasi dengan teman-teman lama yang dari dulu bisa dibilang gak pernah nyapa atau gimana gitu ya, kalau sekarang mah Alhamdulillah meskipun sudah ketemu tapi gak ketemu juga seenggaknya masih punya kontaknya.”</p> <p>(26 Mei 2019)</p>

7	Neneng Jubaedah	<p>“Awalnya ibu pake Facebook mah cuman ikut-ikutan orang lain aja. Waktu dulu kan lagi booming-boomong nya kan itu Facebook, ya ibu mah cuman pengen tau aja gimana sih Facebook teh, apa yang menarik dari Facebook ternyata lumayan rame terus di Facebook juga sekarang bisa ketemu teman-teman lama, mulai dari temen SMEA, SD, SMP yang dulu gak pernah komunikasi, sekarang mah Alhamdulillah bisa ketemu sama komunikasi lagi setelah sekian lama tidak berjumpa.”</p> <p>(23 Mei 2019)</p>
8	Sabila Aulia Hemzah	<p>“Yang pertama untuk menggunakan facebook itu untuk bertemu dengan teman-teman Smp. Kalau intagram itu menurut aku lebih untuk dengan teman smp, sma ataupun kuliahan</p>

		<p>karena mungkin beda segmentasi nya juga ya. Kalau buat keluarga yang jauh pake nya juga facebook, jadi facebook ini memudahkan aku buat bertemu dengan orang-orang yang jauh, yang jarang bertemu dengan sebelumnya. Intinya buat komunikasi juga buat teman lama walaupun cuman say hi doang secara online.”</p>
9	Adinda Fauziah Damayanti	<p>“Alasannya menggunakan facebook karena dulu itu facebook adalah media sosial yang pertama, yang satu-satunya yang paling hitz gitu selain <i>Blacberry Massanger</i> (BBM). Maksudnya menurut aku facebook dulu itu sebagai wahana atau media komunikasi yang hitz dan ramai gitu pada zaman aku masih masih kecil kalau gak salah aku pake Facebook itu waktu sekolah SD.”</p>

		(12 Juni 2019)
10	Agus Wibowo (Ahli)	<p>“Bagi saya media sosial itu adalah sebuah ladang pekerjaan, karena pekerjaan saya seorang penulis tidak lepas dari media sosial, karena media sosial adalah sarana komunikasi yang paling efektif yang bahkan atau pun sekarang bisa menggeser media konvensional televisi dan radio.”</p> <p>“Jika melihat temen-temen yang menggunakan media sosial tidak lain untuk komunikasi, menggunakan media sosial untuk mencari hobi mereka atau keseharian mereka. Sehingga generasi x ini harus banyak belajar supaya tidak gaptek.”</p> <p>(17 Mei 2019)</p>
11	Reza Andi Anugerah (Ahli)	<p>“Motif nya ada salah ajang untuk eksistensi untuk aktivitas kegiatan sehari-hari mereka, selain itu juga</p>

		<p>menjadi ajang media komunikasi dengan teman sejawat selain menggunakan telepon dan sms.”</p> <p>(19 Mei 2019)</p>
--	--	--

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap beberapa informan ahli dan inti. Peneliti mendapatkan sebuah fakta bahwa dari delapan informan yang peneliti wawancara ada yang sama dan ada juga yang berbeda. Memang tidak dapat dipungkiri bahwa setiap motif yang dilakukan oleh para informan adalah cara mereka untuk mencukupi sebuah kebutuhan mereka sehari-hari.

Peneliti membagi point-point penting dari hasil wawancara, peneliti membagi menjadi beberapa point yaitu : Sebagai hiburan, mencari teman lama, ikut-ikutan, ingin tahu kegiatan orang lain, bisnis, sebagai media komunikasi, lading pekerjaan dan sebagai ajang eksistensi diri kegiatannya melalui media sosial.

1. Informan 1 menilai bahwa motif menggunakan media sosial facebook ini untuk hiburan saja.
2. Informan 1, 2, 3, 6, 7, 8,10 menilai motif menggunakan media sosial facebook ini untuk mencari kawan lama yang sudah beberapa puluh tahun menghilang tidak ada kabar.
3. Informan 2,3,6,7 menilai bahwa menggunakan media sosial facebook ini hanya ikut-ikutan saja ketika media sosial facebook ini ada di Indonesia, mereka ikut-ikutan karena sedang *booming*.

4. Informan 6,9 menilai bahwa menggunakan facebook itu untuk mencari tahu kegiatan orang lain.
5. Informan 1 dan 2 motif menggunakan media sosial facebook sebagai ajang promosi bisnis.
6. Informan 10 menilai motif menggunakan facebook sebagai ladang pekerjaan.
7. Informan 5, 8, 9 dan 11 menilai bahwa motif sebagai media komunikasi dengan teman sejawat.
8. Informan 10 menilai bahwa media sosial facebook ini sebagai ajang untuk eksistensi diri.

#### **4.1.2. Tindakan penggunaan Media Sosial *Facebook* Oleh Generasi X Di Kota Bandung**

Peneliti kemudian mewawancarai informan dengan menanyakan apa yang mereka lakukan di Facebook. Wawancara ini menjawab tindakan apa saja yang dilakukan oleh para informan saat menggunakan Facebook. Tindakan adalah mekanisme dari suatu pengamatan yang muncul dari persepsi sehingga ada respon untuk menunjukkan suatu tindakan atau bisa saja dikatakan suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang secara sadar. Berikut peneliti membuat table untuk mengetahui respon dari beberapa informan:

**Tabel 4.3.**  
**Tindakan Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X di Kota**  
**Bandung**

No	Informan	Tindakan
1	Agus Kurnia	<p>“Tindakan perilaku yang sering bapak lakukan paling di <i>Facebook</i> cuman mencari informasi, sekali-sekali juga <i>update</i> status, <i>update</i> foto kaya kemarin lagi ada kerjaan seneng banget <i>update</i> status, lagi ngelakuin ini di foto, lagi disini di foto di <i>upload</i> ke <i>Facebook</i>. Jadi kalau bapak <i>update</i> status atau foto itu gak nyampe setiap hari kaya orang lain, bapak paling <i>update</i> status itu kalau lagi ada kerjaan aja buat moment aja atau pengingat bapak waktu lagi kerja”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>

2	Wina Tresnawati	<p>“Kalau ibu di Facebook paling suka ngelakuin kaya suka <i>posting-posting, like</i> status sama foto orang-orang yang berteman dengan ibu, <i>update</i> status suka cuman jarang <i>update</i> kalau sekarang-sekarang paling suka nyari informasi aja kaya resep makanan di <i>Facebook</i> terus di cobain langsung bikin di rumah kalau enak ya dijual kaya disini sekarang.”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>
3	Iis Ratna Dewi Priatin	<p>“Ya di <i>Facebook</i> paling suka <i>upload</i> foto bikin status yang gitu-gitu aja paling, kadang ibu juga suka ikut komentar kalau misalnya ada temen ibu yang <i>update</i> status, <i>upload</i> foto terus paling sisa nya ibu suka nge <i>like</i> status mereka atau kaya kata-kata mutiara gitu.”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>

4	Ronny Amarullah	<p>“Paling bapak di Facebook sering nya baca status orang lain, ngeliat foto orang lain, kadang menyukai status atau ada tentang dakwah gitu. Baca status orang itu senengnya buat saya jadi kita tahu sama bisa menilai karakteristik orang itu lewat status nya, lalu Facebook juga bagi saya sebuah media informasi untuk mencari berbagai berita terbaru, terkini dan menarik sih sebelum tayang di televise banyaknya berita yang bagus itu menurut saya di Facebook sih.”</p> <p>(27 Mei 2019)</p>
5	Hegu Hemzah	<p>“Ya paling baok di Facebook kadang-kadang suka update status terus mencari informasi sosial, baca-baca berita terkini apa yang sedang terjadi di Indonesia atau di luar negri gitu. Kadang-kadang suka upload foto tentang kegiatan lagi dinas</p>

		<p>pergi kemana atau lagi pergi main sama keluarga jalan-jalan kaya liburan ke tempat wisata daerah-daerah gitu buat mengabadikan moment bisa di simpan di Facebook atau <i>upload</i> juga.”</p> <p>(24 Mei 2019)</p>
6	Herni Triana	<p>“Buat <i>update</i> status iya pasti, liat-liat tempat rekreasi, wisata buat nanti liburan bareng keluarga juga iya, liat-liat status orang juga iya, upload foto tentang kegiatan kita sehari-hari iya juga, tapi gak semuanya di upload sih paling beberapa moment kaya acara-acara tertentu aja yang di upload nya. Contohnya sih kaya ulang tahun anak, kelulusan anak liburan atau semacamnya.”</p> <p>(26 Mei 2019)</p>

7	Neneng Jubaedah	<p>“Update status iya ibu suka update status, kebetulan kan ibu juga masuk sama ikutan jadi ibu-ibu PKK gitu ya jadi suka mensosialisasikan program-program desa lewat facebook. Kadang suka <i>update</i> kegiatannya juga jadi warga teh tau gitu bakalan ada program pos yandu sama kegiatannya kapan dilaksanainnya. Kadang-kadang ibu juga suka iseng sih ngeliat kegiatan orang atau status-statusnya orang lain, ibu juga terus suka upload foto buat disimpen di Facebook nantinya buat kenangan-kenangan aja kalau ibu dulu pernah ngelakuin ini, ngelakuin kegiatan ini bareng orang-orang yang dekat dengan ibu.”</p> <p>(23 Mei 2019)</p>
8	Sabila Aulia Hemzah	<p>“Biasanya dulu aku ngegunain facebook buat bikin status-status gitu buat apa ya, ya paling buat</p>

		<p>menarik perhatian orang-orang lain aja gitu dan menaikkan status sosial lalu bisa juga untuk banyak yang like status karena sering banget pdate sttus yang menarik, karena likers itu buat aku dulu bener-bener berpengaruh buat diri aku yang dulu, jadi seberapa banyak yang like atau ngoment-ngoment status kamu berarti kamu semakin dikenal di dunia maya, paling buat yang lain-lainnya dulu aku main game juga kaya pet society dan terus juga aku cari-cari orang ataupun buat cari-cari barang buat orang tua, kan di facebook juga suka banyak forum jual beli begitu.”</p> <p>(12 Juni 2019)</p>
9	Adinda Fauziah Damayanti	<p>“Selama di facebook aku lebih sering ya bikin status, update foto, sama suka nge stalk status orang lain, kepo tentang kepribadian orang</p>

		<p>lain. Aku suka nilai kepribadian orang lain dari status atau update foto nya. Kalau misalnya mereka riya bisa kelihatan lah dari update foto nya kaya ngeliatin uang dan semacam nya, kalau misalnya mereka lagi sakit atau galau bisa di lihat juga dari status nya.”</p> <p>(12 Juni 2019)</p>
10	Agus Wibowo (Ahli)	<p>“Generasi X menurut saya mereka menghabiskan waktunya cenderung masih di luar bukan di media sosial, memang ada bahkan banyak yang aktif menghabiskan waktunya untuk bermedia sosial contohnya saja kaya main Facebook, tetapi itu hanya seperlunya tidak terlalu intens menggunakan media sosial Facebook itu, bagi mereka Facebook itu seperti mencari informasi dan sarana hiburan dan komunikasi</p>

		dengan teman-temannya bagi mereka.”  (17 Mei 2019)
11	Reza Andi Anugerah (Ahli)	“Karena Facebook ini dianggap sebagai media komunikasi jadi generasi x ini lebih menganggap platform Facebook ini sebagai hal yang penting. Lalu mereka menjadikan wadah wajib untuk setiap hari nya sebagai bentuk ekspresi diri baik dari kegiatan, pekerjaan, komunitas, kisah hidupnya dan lainnya.”  (19 Mei 2019)

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap informan didapatkan sebah fakta bahwa tindakan yang dilakukan selama menggunakan facebook memiliki hasil atau jawaban yang berbeda setiap informan menjawab.

Peneliti membagi point-point penting dari hasil wawancara, peneliti membagi menjadi empat tindakan selama generasi x menggunakan facebook. Tindakan yang dilakukan oleh generasi x yaitu berkaitan dengan melihat mencari

informasi, menyukai status dan foto orang lain, mencari hiburan dan mengekspresikan dirinya melalui update status dan foto. Berikut point-pointnya:

1. Informan 1,2,4,5 dan 10 menilai bahwa tindakan yang dilakukan selama menggunakan facebook ini mencari informasi apa yang sedang mereka butuhkan.
2. Informan 5,10 menilai bahwa menggunakan media sosial facebook sebagai mencari hiburan disaat waktu luang atau waktu kosong di jam kosong.
3. Informan 2,6 dan 7, 8, dan 9 menilai bahwa tindakan selama menggunakan facebook hanya untuk menyukai status dan melihat kegiatan melalui foto orang lain.
4. 1,2,3,5,6,7,8,9 dan 10 menilai bahwa tindakan menggunakan media sosial facebook sebagai bentuk ekspresi diri mereka dengan update status, upload foto tentang kegiatan yang mereka jalani, mulai dari hobi, pekerjaan, komunitas dan lainnya.

#### **4.1.3 Makna penggunaan Media Sosial *Facebook* Oleh Generasi X Di Kota Bandung**

Makna adalah sebuah produk dari interaksi sosial sebbab makna tidak objektif, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan Bahasa. Makna juga bersifat subjektif dan cair. Dalam hal ini, peneliti menggali bagaimana informan memaknai penggunaan media sosial facebook oleh generasi x di kota Bandung.

Makna dalam fenomenologi disini berasal dari pontesialitas sebuah objek atau pengalaman khusus dalam kegiatan pribadinya. Esensialnya makna berasal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan

kejadian tertentu dalam hidupnya. Peneliti menanyakan kepada informan tentang makna dari selama menggunakan media sosial facebook ini oleh generasi x. berikut adalah beberapa jawaban dari informan :

**Tabel 4.4.**

**Makna Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X di Kota Bandung**

<b>No</b>	<b>Informan</b>	<b>Makna</b>
1	Agus Kurnia	<p>“Buat saya Facebook itu sebagai ajang komunikasi atau media komunikasi aja sama temen-temen lama, karena dengan Facebook kita bisa menjalin silaturahmi kembali yang setelah sekian lama terputus oleh jarak dan waktu.”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>
2	Wina Tresnawati	<p>“Maknanya Facebook buat ibu banyak banget, mulai dari sebagai media hiburan iya, buat mencari informasi juga iya, buat informasi kondisi temen-temen juga yang dulu jarang ketemu.”</p>

		(20 Mei 2019)
3	Iis Ratna Dewi Priatin	<p>“Buat ibu Facebook itu cuman buat hiburan ngisi kekosongan waktu aja, ibu kan rumah tangga waktu anak-anak ibu semuanya ada sekolah, bapak juga kerja, ya paling gitu ibu buka Facebook buat nyari waktu luang sama banyak ngeliat orang status orang lain yang kaya gitu-gitu aja sih.”</p> <p>(20 Mei 2019)</p>
4	Ronny Amarullah	<p>“Ya sebagai media informasi dan komunikasi serta silaturahmi dengan teman lama maupun teman baru. Yang lama bisa menjalin komunikasi kembali yang sebelumnya terputus karena jarak kan, jadi kita bisa ketemu lagi, kalau yang baru bisa membangun sebuah kepercayaan juga satu sama lain. Bagi saya juga kalau misalnya bikin status yang menarik kaya puisi,</p>

		<p>semakin banyak juga orang tertarik dengan hidup kita. Dengan menulis puisi atau aspirasi di facebook bagi saya adalah sebuah terobosan baru untuk menambah teman dan orang lain tertarik dengan hidup kita.”</p> <p>(27 Mei 2019)</p>
5	Hegu Hemzah	<p>Maknanya mungkin bagi bapak Facebook itu banyak sekali membantu, membantu dalam hal mencari teman lama, mencari informasi atau memberi informasi keadaan pribadi ataupun orang lain kaya teman-teman kita. Facebook juga sebagai wahana kita bisa menemukan hobi dalam bentuk group atau forum didalamnya, kaya saya suka olahraga sepeda, di Facebook ada group nya langsung join terus nambah ilmu tentang seputar dunia sepeda, jual beli</p>

		<p>sepeda dan menambah keluarga juga.</p> <p>(24 Mei 2019)</p>
6	Herni Triana	<p>“Facebook itu bagi ibu cuman sekedar media hiburan, media mempertemukan teman lama dan mencari berbagai informasi yang menarik saja, dibandingkan dengan televise, berita di Facebook bagi ibu lebih menarik”</p> <p>(26 Mei 2019)</p>
7	Neneng Jubaedah	<p>“Buat ibu mah Facebook teh sebagai media sarana mencari informasi, hiburan sama kaya buat penyalur informasi atau mensosialisasikan kegiatan-kegiatan dari desa aja kepada masyarakat biar masyarakat tau ada kegiatan apa, kapan, dimana sama jam berapa acara desa itu mulai berlangsung, Facebook juga sebagai ajang reuni ketemu temen-temen</p>

		<p>lama yang setelah sekian lama tidak berjumpa.”</p> <p>(23 Mei 2019)</p>
8	Sabila Aulia Hemzah	<p>“Makna nya yang didapat dari facebook itu sebenarnya banyak, ada positif dan negatif nya juga. Kalau positif nya itu yang tadi aku udah omongin yaitu untuk memudahkan aku berkomunikasi dengan teman lama ya intinya sebagai wahana komunikasi dan ajang reuni juga lalu aku juga merasa terbantu untuk menemukan berita-berita terbaru. Biasanya berita terhangat dan terbaru itu banyak nya di facebook. Tapi ada negatif nya juga, negatif nya itu berita nya ada yang benar dan juga ada juga yang hoax, balik lagi ke kita nya sih kalau itu, pinter-pinter kitanya juga untuk memilih atau mensortir berita mana yang harus dibaca dan berita mana yang</p>

		<p>tidak harus dibaca, karena berita hoax itu dapat menancing kita, memancing dalam artia emosi kita untuk saling menghina satu sama lain bahkan ngerinya sampai ke isu sara begitu.”</p> <p>(12 Juni 2019)</p>
9	Adinda Fauziah Damayanti	<p>Maknanya buat aku facebook itu sekarang sebagai media pengingat “aku selain media komunikasi. Karena facebook itu media pertama dan media paling hitz di zamannya, jadi banyak sekali kenangan yang aku upload di facebook mulai dari foto, status, games dan yang lainnya. Kadang aku juga suka banget ngeliat nya suka ngakak sama ketawa-ketawa sendiri gitu karena aku dulu ternyata alay banget gak nyangka kaya gitu tapi itu sebagai pengingat saja menurut aku.”</p>

		(12 Juni 2019)
10	Agus Wibowo (Ahli)	<p>“Facebook itu sebagai sarana komunikasi dan ada satu kata yang "ajaib" yaitu reuni. Ketika smartphone dan media sosial muncul salah satunya Facebook banyak dari mereka yang eksis kembali eksis mulai dari ibu rumah tangga, bapak rumah tangga, pejabat ibaratnya dari dunia pekerjaan mereka itu tarafnya sudah stabil nah disitulah bagi mereka media sosial sebagai sarana wahana mencari teman-teman lama mereka mulai dari SD, SMP, SMA dan Kuliah.”</p> <p>(17 Mei 2019)</p>
11	Reza Andi Anugerah (Ahli)	<p>“Untuk sebagai makna balik lagi, karena Facebook itu sebagai media komunikasi kalau tadi generasi x ini lebih untuk mengekspresikan diri</p>

		<p>kegiatan, pekerjaan lainnya melalui update status. Facebook ini maknanya sebagai standarisasi tolak ukur status sosial bisa di lihat dari profile Facebook. Seperti generasi x bisa di lihat status sosial nya dari profile facebooknya sendiri.”</p> <p>”Yang pertama Facebook ini sebagai status sosial, dan yang ke dua adalah untuk mengetahui interest dari generasi x itu sendiri ke arah mana, interest nya lebih ke otomotif kah, mancing atau pun sebagainya.”</p> <p>(19 Mei 2019)</p>
--	--	---

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap informan didapatkan sebuah fakta bahwa makna yang dilakukan para informan ini memiliki hasil dan jawaban yang tidak sama. Maka dari itu peneliti membagi point-point penting hasil wawancara, peneliti membagi setidaknya menjadi tujuh point. Facebook memenuhi berbagai macam media sosial, sebagai ajang komunikasi, sebagai hiburan, penyalur informasi, sebagai eksistensi diri, sebagai standarisasi

atau tolak ukur status sosial nya dan mengetahui *interest* nya kea rah mana, maksudnya dalam hobi.

1. Informan 1,2,3,4,5,6,7,8,9 menilai bahwa facebook itu sebagai ajang komunikasi selain menggunakan telepon dan sms.
2. Informan 2,3,4,7 menilai facebook itu berupa media hiburan disaat mereka sedang memiliki waktu luang.
3. Informan 4,5,7 menilai facebook itu sebagai media penyalur informasi untuk mensosialisasikan suatu kegiatan atau program pemerintah.
4. Informan 4 dan 9 menilai facebook itu sebagai ajang mengekspresikan dirinya mulai dari pekerjaan, kegiatan dan lainnya.
5. Informan 9 menilai bahwa selain media komunikasi, facebook juga dapat dilihat standarisasi serta status sosialnya melalui update foto dan vidieo.
6. Informan 5,9 menilai bahwa facebook untuk mengetahui interest seseorang lari kearah mana.
7. Informan 2,4 dan 8 menilai bahwa media sosial facebook ini merupakan media yang ajaib karena dapat mempertemukan teman lama yang telah hilang dan sulit untuk mendapatkan kabarnya.

#### **4.2 Pembahasan**

Facebook adalah salah satu jejeraing media sosial *online* yang membuat para penggunanya dapat menampilkan diri dalam profil *online*, menambah pertemanan juga menuliskan sebuah komentar dan memposting foto serta saling melihat satu sama lain. Facebook memungkinkan para penggunaan menambahkan profil dengan foto, kontak ataupun informasi personal lainnya dan dapat bergabung dengan

komunitas untuk melakukan koneksi serta berinteraksi dengan pengguna lainnya. Facebook telah menemukan gaya baru dalam berinteraksi satu sama lain tanpa melalui kontak langsung ataupun dalam penyampaian informasi.

Mark Zuckerberg bisa jadi tidak mengira bahwa jejaring untuk sesama mahasiswa yang telah dia buat dengan temannya Eduardo Daverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes akan menjadi sebuah fenomena.

Apa yang mereka buat saat itu tidak lebih dari situs kontak jodoh untuk rekan-rekannya di Harvard bernama facemash.com yang terinspirasi dari *Hot or Not*. Dalam waktu 24 jam sejak facemash di luncurkan.

Facebook memiliki perbedaan dengan sosial media lainnya, facebook memiliki sejumlah fitur yang dapat memungkinkan berinteraksi dengan penggunanya. Diantaranya dinding dalam profile pengguna yang memungkinkan pengguna lain mengirimkan pesan. Dengan seiringnya perkembangan zaman Facebook banyak sekali mengalami perubahan transformasi, salah satunya adanya fitur *history* layaknya Instagram dan Snapchat. *History* ini di Facebook hampir sama dengan *history* lainnya jika telah *upload* foto atau video di *history* facebook akan hilang dalam kurun waktu 24 jam. Aplikasi facebook ini harus terhubung ke internet sehingga penggunanya harus mempunyai koneksi atau jaringan internet mulai dari 3G atau 4G dan jaringan WiFi untuk komunikasi data.

Fenomena penggunaan media sosial Facebook oleh generasi x di kota bandung yang berperan sebagai *agent of change* sempat berpengaruh dalam perubahan budaya atau *culture* yang ada di masyarakat. Generasi x mencoba mengikuti dan memahami dengan keberadaan media yang sekarang agar tidak

tertinggal zaman dan gaptek akan adanya teknologi baru. Generasi x mencoba untuk memahami akan kemajuan teknologi saat ini yang mengubahnya menjadi masyarakat modern.

#### **4.2.1. Motif Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung**

Motif adalah sebuah alasan mengapa seseorang melakukan sebuah tindakan, contohnya seperti apa yang diungkapkan oleh Schutz bahwa kenapa seseorang menggunakan payung ketika turun hujan maka ia akan berada pada dua fase motif yaitu motif untuk dan sebab. Fase untuk adalah menjaga agar bajunya tidak basah dan fase sebab adalah karena bajunya sebab pernah basah akibat hujan.

Motif yang ditanyakan oleh peneliti pada informan adalah motif secara general saja mungkin bisa dijawab untuk atau sebab. Sesuai dengan analisa oleh peneliti sebelumnya generasi x menggunakan media sosial facebook untuk sebagai media komunikasi saja dengan teman-temannya. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Hegu Hemzah bahwa : “Latar belakang nya ngegunain Facebook buat media komunikasi dengan teman saja.” (24 Mei 2019)

Hal ini juga lantas di alami oleh bapak Agus Kurnia alasannya menggunakan media sosial sebagai berikut : ”Alasan menggunakan Facebook ya paling buat hiburan, nyari temen lama buat berkomunikasi lagi” (20 Mei 2019)

Alasan bapak Agus dan bapak Hegu ini diperkuat dengan dari pernyataan dari informan ahli yaitu bapak Agus Wibowo mengungkapkan bahwa :

“Jika melihat temen-temen yang menggunakan media sosial tidak lain untuk komunikasi, menggunakan media sosial untuk mencari hobi mereka atau keseharian mereka. Sehingga generasi x ini harus banyak belajar supaya tidak gaptek.” (17 Mei 2019)

Peneliti disini juga mewawancarai para remaja yang bertujuan untuk sebagai pembanding dari hasil observasi atau wawancara yang dilakukan dengan generasi x, namun ketika peneliti melakukan observasi atau wawancara dengan para remaja jawaban mereka tidak jauh berbeda dengan para generasi x yang dulunya aktif menggunakan media sosial facebook. Seperti yang dikatakan oleh Sabila sebagai berikut :

“Yang pertama untuk menggunakan facebook itu untuk bertemu dengan teman-teman smp. Kalau intagram itu menurut aku lebih untuk dengan teman smp, sma ataupun kuliah karena mungkin beda segmentasi nya juga ya. Kalau buat keluarga yang jauh pake nya juga facebook, jadi facebook ini memudahkan aku buat bertemu dengan orang-orang yang jauh, yang jarang bertemu dengan sebelumnya. Intinya buat komunikasi juga buat teman lama walaupun cuman say hi doang secara online.” (12 Juni 2019)

Atau yang seperti diungkapkan oleh saudari Adinda Fauziah Damayanti yang menyebutkan alasan nya menggunakan media sosial Facebook sebagai berikut :

“Alasannya menggunakan facebook karena dulu itu facebook adalah media sosial yang pertama, yang satu-satunya yang paling hitz gitu selain Blackberry *massanger* (BBM). Maksudnya itu facebook dulu itu sebagai wahana atau media komunikasi yang hitz dan ramai gitu.” (12 Juni 2019)

Jawaban dari mereka tidak jauh berbeda ketika ditanyai tentang alasannya menggunakan media sosial Facebook ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial Facebook bagi mereka sama saja dengan generasi x yaitu

sebagai salah satu media yang sangat hitz ketika pada masanya, lalu media sosial Facebook ini adalah sebagai wahana komunikasi mereka dengan teman sejawatnya pada saat itu.

Namun ketika peneliti dilapangan menemukan fakta baru mengenai penggunaan Facebook oleh generasi x ini, hal ini tak lepas dari dua jawaban informan yang menyebutkan bahwa menggunakan media sosial ini selain awalnya untuk ikut-ikutan *trend* saja bisa jadi berhubungan kembali dengan teman lama seperti yang diungkapkan oleh ibu Neneng Jubaedah bahwa :

“Awalnya ibu cuman mah cuman ikut-ikutan orang lain. Waktu dulu kan lagi booming-booming nya kan Facebook, ya ibu mah cuman pengen tau aja gimana sih Facebook teh, ternyata lumayan rame terus di Facebook juga sekarang bisa ketemu teman-teman lama, mulai dari temen SMEA, SD, SMP yang dulu gak pernah komunikasi, sekarang mah komunikasi lagi.” (23 Mei 2019)

Lalu ibu Iis menyebutkan menggunakan media sosial facebook sebagai berikut :

“Kalau alesannya kan dari dulu teh kepisah sama temen lama gitu ya, yang SMP, SMA atau SD gitu ya jadi alesannya mah buat nyari temen lama aja sama ikut-ikutan aja yang lain. Awalnya mah da ibu mah gak bikin Facebook, pas sama bapak di bikinin yaudah ibu pake sampe sekarang gitu” (20 Mei 2019)

Peneliti menjadi tahu bahwa generasi x menggunakan media sosial Facebook ini pada awalnya hanya ikut-ikutan zaman saja, maksudnya mereka hanya mengikuti sebuah tren yang sedang populer, namun dengan mengikuti tren tersebut mereka tidak menyangka bisa bertemu lagi dengan teman-teman sekolah dulunya.

Rata-rata jawaban dari informan mengatakan bahwa alasan mereka menggunakan media sosial Facebook ini sebagai media dan wahana komunikasi

dengan teman sejawat selain menggunakan telepon dan sms, lalu media sosial menjadi sarana komunikasi yang paling efektif yang bahkan atau pun sekarang bisa menggeser media konvensional seperti televisi dan radio.

#### **4.2.2. Tindakan Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung**

Kehidupan nyata seseorang memiliki esensi, baik ditunjukkan melalui perkataan, perbuatan, perhatian, pemikiran, penetapan kondisi dan lain-lain. Tindakan seseorang dengan orang lainnya akan mengalami perbedaan, tergantung dari segi sudut pandang masing-masing individu. Sudut pandang tersebut dipengaruhi oleh beberapa aspek antara lain pemahaman, pengetahuan, keilmuan, budaya, metode berpikir, logika, strata sosial, dan lain-lain.

Struktur dari pengalaman masing-masing partisipan atau informan merujuk ke beberapa point. Point-point yang dimaksud merupakan kumpulan dari konteks pengalaman itu sendiri atau menggaris bawahi bagaimana masing-masing partisipan atau informan mengalami pengalamannya sehingga berpengaruh pada bagaimana mereka melihat dirinya sekarang.

Setelah peneliti mengetahui jawaban dari informan, ternyata para informan menjawab tindakan yang hampir sama pada jawabannya. Karena disini sudah jelas bahwa Facebook sebagai media sosial yang mengkhususkan penggunaannya untuk *update* status, *upload* foto, melihat kegiatan orang lain atau bahkan mencari informasi dan semata-mata mencari hiburan saja

Para informan rata-rata menjawab bahwa yang dilakukan mereka saat menggunakan media sosial facebook ini adalah *update* kegiatan keseharian dan

pekerjaan mereka dan melihat kegiatan orang lain. Tindakan penggunaan media sosial Facebook ini secara sadar, karena tindakan adalah suatu perbuatan dsd yang dilakukan dengan secara sadar.

Seperti yang diungkapkan oleh ibu Iis Ratna Dewi Priatin ;

“Ya di *Facebook* paling suka *upload* foto bikin status yang gitu-gitu aja paling kadang ibu juga ikut komen kalau misalnya ada temen ibu yang *update* status sisa nya paling nge *like* status mereka.” (20 Mei 2019)

Lalu seperti yang dikatakan ibu Neneng Jubaedah ;

“Update status iya ibu suka update status, kebetulan kan ibu juga masuk ke ibu-ibu PKK gitu ya jadi suka mensosialisasikan program-program desa lewat facebook. Kadang suka update kegiatannya juga jadi warga teh tau gitu program pos yandu sama kegiatannya. Kadang-kadang ibu juga suka iseng sih ngeliat kegiatan orang atau status-status nya orang lain juga. Terus upload foto juga buat disimpan di Facebook nantinya buat kenangan-kenangan aja.” (23 Mei 2019)

Dapat dilihat dari rata-rata jawaban para informan inti menggunakan media sosial Facebook hanya untuk *update* status dan menyukai status dan foto orang laian bahkan samapi ikut berkomentar pada kolom komentarnya.

Bagi para remaja pun ketika mereka menggunakan media sosial ini Facebook ini juga sama halnya dengan generasi x yaitu untuk keperluan update status dan foto. Seperti yang dikatakan oleh Sabila sebagai berikut :

“Biasanya dulu aku ngegunain facebook buat bikin status-status gitu buat apa ya, menarik perhatian orang gitu dan menaikkan status sosial dan juga untuk banyak yang like status, karena likers itu bener-bener berpengaruh di diri aku yang dulu, jadi seberapa banyak yang like atau ngoment-ngoment status kamu berarti kamu semakin dikenal di dunia maya, paling buat yang lain-lainnya dulu aku main game juga kaya pet society dan terus juga aku cari-cari orang ataupun buat cari-cari barang buat orang tua, kan di facebook juga suka banyak forum jual beli begitu.” (12 Juni 2019)

Hal yang serupa pun dikatakan oleh Adinda Fauziah Damayanti ketika menggunakan media sosial Facebook seperti berikut :

“Selama di facebook aku lebih sering ya bikin status, update foto, sama suka nge stalk status orang lain, kepo tentang kepribadian orang lain. Aku suka nilai kepribadian orang lain dari status atau update foto nya. Kalau misalnya mereka riya bisa kelihatan lah dari update foto nya kaya ngeliatin uang dan semacam nya, kalau misalnya mereka lagi sakit atau galau bisa di lihat juga dari status nya.” (12 Juni 2019)

Tetapi tidakan yang dilakukan oleh bapak Agus selain untuk update kegiatan mereka, bapak Agus dan bapak Hegu mengungkapkan bahwa Facebook juga sebagai sarana mencari informasi :

“Tindakan perilaku paling di *Facebook* cuman mencari informasi, sekali-sekali juga update status, *update* foto kaya kemarin lagi ada kerjaan seneng banget *update* status, lagi ngelakuin ini di foto, lagi disini di foto di *upload* ke *Facebook*.” (20 Mei 2019)

Adapun yang dikatakan oleh bapak Hegu Hemzah menjelaskan sebagai berikut :

“Ya di Facebook kadang-kadang suka update status terus mencari informasi sosial, baca-baca berita. Kadang-kadang suka upload foto tentang kegiatan lagi dinas pergi kemana atau lagi pergi main sama keluarga jalan-jalan kaya liburan ke tempat wisata daerah-daerah gitu.” (24 Mei 2019)

Hal ini pula diperkuat oleh pernyataan oleh seorang informan ahli yaitu bapak Agus Wibowo seorang aktivis sosial media dan blogger sebagai berikut :

“Mereka cenderung menghabiskan waktunya di luar bukan di medsos, facebook itu hanya seperlunya seperti mencari informasi dan sarana hiburan bagi mereka.”

(17 Mei 2019)

Peneliti menyimpulkan penggunaan media sosial Facebook terkesan dengan aplikasinya, karena sesuai dengan apa yang mereka harapkan yaitu bisa melakukan sharing kegiatan sehari-har serta bercerita tentang apa yang mereka ungkapkan,

tidak hanya itu tindakan yang dilakukan para informan selama menggunakan Facebook sebagai ajang mencari informasi pada dunia luar. Generasi x tidak mau melewatkan untuk mengabadikan kegiatan sehari-harinya didunia maya, karena menurut mereka ini adalah sesuatu hal yang baru dalam kehidupnya.

Peneliti juga dapat menyimpulkan ketika remaja menggunakan media sosial Facebook ini, ada perbedaan dengan persamaan dari yang mereka gunakan antara generasi x dan para remaja, persamaanya disini yaitu mereka sama-sama menggunakan media sosial Facebook ini sebagai ekspresi diri, namun perbedaannya disini para remaja mengekspresikan dirinya hanya untuk menarik perhatian orang saja, tidak seperti generasi x mereka upload status atau foto hanya untuk mengabadikan sebuah moment ketika mereka berepergian dengan keluarganya dan menuliskan moment untuk mereka memberi tahu apa yang mereka rasakan saat itu, disisi lain para remaja menggunakan media sosial Facebook ini untuk hiburan seperti bermain games.

#### **4.2.3 Makna Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung**

Penelitian fenomenologi pada dasarnya berusaha mempelajari bagaimana pengalaman seseorang memaknai sebuah fenomena atau sebuah kejadian yang terjadi di kehidupannya. Kehidupan yang bermakna menurut Schutz adalah tindakan manusia secara sosial tidak hanya dianggap bermakna dan dipandang secara subjektif, melainkan harus secara objektif juga dengan berpedoman pada suatu komunitas yang melahirkan makna secara subjektif kemudia didukung oleh

pengalaman yang sama dan dikonsepsikan oleh orang lain sehingga terasa bermanfaat bagi kepentingan orang banyak.

Media sosial Facebook sampai saat ini memberikan banyak manfaat kepada para penggunanya, terutama untuk generasi x. Sebagai media komunikasi dengan teman sejawat sudah pasti merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari media sosial ini. Karena media sosial merupakan suatu terobosan baru sebagai alat berkomunikasi. Facebook merupakan media sosial yang mengandung banyak makna serta manfaat pada setiap orang yang menggunakannya. Facebook sendiri merupakan alat komunikasi yang booming, populer bahkan mengikat para generasi x menggunakan media sosial.

Jawaban dari para informan sangat membantu peneliti untuk mengetahui makna dari penggunaan media sosial Facebook bagi mereka. Tak lepas dari itu banyak informan yang menjawab bahwa Facebook digunakan untuk mengisi waktu luang mereka dengan mencari informasi serta hiburan.

Facebook sendiri seperti kata Ibu Iis Ratna Dewi Priatin mengungkapkan bahwa : “Facebook itu cuman buat hiburan ngisi kekosongan waktu aja, ibu kan rumah tangga waktu anak-anak ibu sekolah ya gitu buka Facebook ngeliat orang lain yang kaya gitu-gitu aja sih.”(20 Mei 2019)

Media sosial Facebook ini memang sudah menjadi media hiburan disaat mengisi waktu luang menurut Ibu Iis. Memang benar bahwa Facebook itu sebagai media hiburan disaat waktu luang, karena dengan menggunakan Facebook kita dapat terhibur dengan melihat status, foto atau bahkan sebuah film di Facebook.

Media sosial ini juga dikatakan sebagai wahana untuk membantu bertemu dengan teman-teman dulu yang sudah lama tidak berjumpa atau bahkan berkomunikasi lagi seperti bapak Hegu mengungkapkan makna Facebook sebagai berikut :

“Maknanya mungkin Facebook itu membantu, membantu dalam hal mencari teman lama, mencari informasi atau memberi informasi keadaan pribadi ataupun orang lain kaya teman-teman kita. Facebook juga sebagai wahana kita bisa menemukan hobi, kaya saya suka olahraga sepeda, di Facebook ada group nya langsung join terus nambah keluarga juga.” (24 Mei 2019)

Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh Agus Wibowo sebagai seorang Informan ahli mengungkapkan :

“Facebook itu sebagai sarana komunikasi dan ada satu kata yang "ajaib" yaitu reuni. Ketika smartphone dan media sosial muncul salah satu nya Facebook banyak dari mereka yang eksis kembali eksis mulai dari ibu rumah tangga, bapak rumah tangga, penjabat ibarat nya dari dunia pekerjaan mereka itu taraf nya sudah stabil nah disitulah bagi mereka media sosial sebagai sarana wahana mencari teman-teman lama mereka mulai dari SD, SMP, SMA dan Kuliah. .” (17 Mei 2019)

Adapun maknanya yang tidak disebutkan oleh para informan inti makna Facebook sendiri adalah sebagai alat untuk tolak ukur standarisasi sosial dan bentuk ekspresi dirinya.

Seperti yang diungkapkan oleh bapak Reza Andi bahwa :

“Untuk sebagai makna balik lagi, karena Facebook itu sebagai media komunikasi kalau tadi generasi x ini lebih untuk mengekspresikan diri kegiatan, pekerjaan lainnya melalui update status. Facebook ini maknanya sebagai standarisasi tolak ukur status sosial bisa di lihat dari profile Facebook. Seperti generasi x bisa di lihat status sosial nya dari profile facebooknya sendiri. Yang pertama Facebook ini sebagai status sosial, dan yang ke dua adalah untuk mengetahui interest dari generasi x itu sendiri ke arah mana, interest nya lebih ke otomotif kah, mancing atau pun sebagainya.” (20 Mei 2019)

Peneliti menyadari bahwa informan tidak akan menyebutkan makna facebook itu sebagai tolak ukur standarisasi sosialnya, namun informan ini memaknai Facebook sebagai alat untuk mencari hobinya yang dapat menentukan arah interest nya seperti bapak Hegu mengungkapkan :

“Maknanya mungkin Facebook itu membantu, membantu dalam hal mencari teman lama, mencari informasi atau memberi informasi keadaan pribadi ataupun orang lain kaya teman-teman kita. Facebook juga sebagai wahana kita bisa menemukan hobi, kaya saya suka olahraga sepeda, di Facebook ada group nya langsung join terus nambah keluarga juga.”(24 Mei 2019)

Hal ini menguatkan bahwa selain sarana bertemu teman lama dan Reuni Facebook juga sebagai alat untuk bisa melihat kemana interest nya itu tertuju, seperti menemukan sebuah komunitas di Facebook.

Tidak hanya untuk generasi x saja, Media sosial Facebook pun disini dapat mempertemukan kembali teman lama bagi remaja, seperti yang dikatakan oleh Sabila sebahai berikut :

“Makna nya yang didapat dari facebook itu sebenarnya banyak, ada positif dan negatif nya juga. Kalau positif nya itu yang tadi aku udah omongin yaitu untuk memudahkan aku berkomunikasi dengan teman lama ya intinya sebagai wahana komunikasi dan ajang reuni juga lalu aku juga merasa terbantu untuk menemukan berita-berita terbaru.”

Beberda dengan Sabila, Adinda mengatakan bahwa media sosial Facebook itu sebagai pengingat ketika dia zaman SD, pernyataannya sebagai berikut :

“Maknanya buat aku facebook itu sekarang sebagai media pengingat aku selain media komunikasi. Karena facebook itu media pertama dan media paling hitz di zamannya, jadi banyak sekali kenangan yang aku upload di facebook mulai dari foto, status games dan yang lainnya. Kadang aku juga ngeliat nya suka ngakal sendiri karena aku dulu alay banget.” (12 Juni 2019)

Dari sini peneliti dapat menyimpulkan bahwa media sosial facebook ini adalah sebuah tolak ukur dalam standarisasi sosial nya, lalu dengan adanya Facebook bisa mempertemukan lagi dengan teman sejawat yang ada di Sd, Smp, Sma hingga kuliah bagi generasi x sehingga berlanjut dengan membuat group angkatan. Tak hanya itu peneliti menemukan fakta baru dengan Facebook kita dapat melihat kearah mana generasi x ini menyukai sesuatu atau hobinya. Dengan jaringan yang luas, Facebook bisa dikatakan sebagai media komunikasi yang berbasis internet yang sangat kumplit, mulai dari komunikasinya, hobinya hingga mengetahui sifat orang lain.

Bagi para remaja peneliti dapat menemukan sebuah jawaban baru bahwa makna mereka menggunakan media sosial Facebook ini selain wahana komunikasi bagi mereka media ini adalah sebagai ajang pengingat dan juga mencari informasi yang terhangat dan terbaru, karena media sosial ini bagi mereka paling pertama berita yang muncul sebelum masuk ke ranah televisi, disisi lain berita yang terhangat dan terbaru belum tentu benar akan keaslian beritanya dimana di media sosial salah satunya Facebook ini banyak sekali berita bohong nya atau berita Hoax nya seperti yang diungkapkan oleh Sabila :

“Negatif nya itu berita nya ada yang benar dan juga ada juga yang hoax di Facebook, balik lagi ke kita nya sih kalau itu, pinter-pinter kitanya juga untuk memilih atau mensortir berita mana yang harus dibaca dan berita mana yang tidak harus dibaca, karena berita hoax itu dapat menancing kita, memancing dalam artia emosi kita untuk saling menghina satu sama lain bahkan ngerinya sampai ke isu sara begitu.”  
(12 Juni 2019)

Selain beritanya banyak yang bohong, tidak akurat atau yang biasa dikenal dengan berita hoax, bapak Agus Kurnia menambahkan bahwa di Facebook juga

bisa saling serang, hina dan menjatuhkan satu sama lain karena berbeda pilihan partai politik, ungkapannya sebagai berikut :

“Dampak negative nya yang tadi bapak sebutin tadi kalau bisa saling serang satu sama lain karena berbeda pilihan, musim politik emang panas bisa sampe saling hina satu sama lain bukan cuman di facebook aja, tapi di wa juga sama kaya gitu. Terus banyak juga berita bohong nya juga.” (20 Mei 2019)

Hal ini didukung dengan pertanyaan dari ahli yaitu bapak Agus Wibowo yang menyebutkan sebagai berikut :

“Untuk negatif nya, Facebook dengan berbagai media sosial lainnya sama saja banyak informasi palsu atau hoax dan banyak akun-akun bodong dan kita dengan mudah nya menjudge seseorang tanpa tahu aslinya seperti apa dan gimana.” (17 Juni 2019)

Informan ahli lainnya yaitu bapak Reza Andi menambahkan bahwa :  
 “generasi x banyak termakan berita hoax lalu disebarkan juga ke teman-teman lainnya walaupun berita itu tidak diketahui kredibilitasnya dan sumbernya tanpa ada penyaringan terlebih dahulu.” (20 Juni 2019)

Facebook adalah salah satu media sosial yang paling banyak polusi informasinya, banyak sekali berita yang ditayangkan dari berbagai seluruh penjuru dunia dimana beritanya belu, tentu benar dengan sesuai fakta. Karena di media sosial tidak ada *goalkeeper* nya, tidak seperti di televisi yang mempunyai *goalkeeper* untuk menyaring terlebih dahulu sebelum disajikan dan disebarluaskan kepada masyarakat. Kasus seperti ini kembali lagi kepada individu, karena disini individu sendiri yang lebih berperan dalam menerima sebuah berita, jangan sampai termakan berita bohong atau hoax apalagi dengan membantu menyebarkan nya kepada masyarakat lainnya, karena dapat meresahkan masyarakat lainnya yang tidak tahu akan adanya berita tersebut.

#### 4.2.4 Alasan Remaja meninggalkan media sosial Facebook

*Facebook* adalah salah satu media sosial yang paling digemari oleh semua kalangan mulai dari anak muda, dewasa hingga para lansia bisa saja menggunakan salah satu media sosial ini. *Facebook* pertama kali hadir pada tahun 2006 di Indonesia. Perkembangan *Facebook* di Indonesia semakin hari semakin berkembang dengan pesat dengan memiliki banyak fitur menarik didalamnya.

Akhir-akhir ini *Facebook* di tinggalkan oleh kalangan anak muda. Seperti yang dikutip oleh dalam lembaga riset *eMarketer* setengah dari pengguna internet yang berusia 12-17 tahun diprediksi tidak tertarik memakai *Facebook*, Bill Fisher, seorang analis senior di *eMarketer penyebab* berkurangnya para pengguna muda karena mereka lebih memilih menggunakan aplikasi seperti Snapchat dan Instagram. Namun kabar baiknya menurut *eMarketer* Facebook diperkirakan bakalan kebanjiran pengguna berusia diatas 55 tahun keatas. Sebanyak 500 ribu pengguna baru *Facebook* berusia 55 tahun akan mendaftar. Berdasarkan riset *Pew Research Center* Kepopuleran Facebook di kalangan remaja tergerus oleh platform lain seperti Youtube, Snapchat, dan Instagram., saat ini hanya 51% anak usia 13-17 yang menggunakan aplikasi *Facebook*. Temuan lain dari riset firma pasar *eMarketer* menunjukkan pengguna remaja *Facebook* lebih cepat dari perkiraan firma tersebut. Sebaliknya saat remaja tak mau menggunakan Facebook, kalangan orang tua malah makin menyukai Facebook.

Berdasarkan dari lembaga survei tersebut, peneliti tertarik untuk mencari tahu juga kenapa para remaja meninggalkan media sosial Facebook ini dan lebih memilih media sosial lainnya, peneliti pun mencari beberapa orang remaja, setidaknya

nya peneliti mendapatkan dua orang yang berhasil peniliti wawancara, karena penelitian ini bersifat kualitatif peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk mencari sebuah data dan fakta.

Seperti yang diungkapkan oleh Sabila sebagai berikut :

“Iya sih, aku setuju menurut survei itu, sekarang banyak remaja meninggalkan facebook dan sekarang itu facebook lebih identik dengan media nya orang tua ya, soalnya kaya orang tua aku ngegunain facebook dan teman-temannya juga menggunakan facebook. Untuk sekarang ini banyak banget remaja yang meninggalkan facebook karena tergerus nya sama instagram yang lebih populer.” (12 Juni 2019)

Adapun menurut Adinda Fauziah Damayanti menyebutkan :

“Kalau alasannya sekarang kenapa gak pake facebook karena facebook itu menurut aku sudah kalah saing dengan media sosial lainnya kaya instagram, path, snapchat dan youtube. Contohnya kaya fitur-fiturnya atau konten-kontennya lebih kurang sesuai dengan anak remaja kaya saya begitu, facebook itu menurut aku lebih identik dengan orang tua karena banyak orang tua yang pake facebook sampe sekarang. Ya saya juga bukannya tidak meninggalkan sih, tapi tidak terlalu aktif menggunakan kaya dulu, sekarang faceboom buat aku digunainnya buat nyambungin kaya ke aplikasi lainnya kaya ke spotify, joox, games.” (12 Juni 2019)

Namun menurut Sabila mengatakan bahwa tidak semua meninggalkan media sosial Facebook ini, seperti katanya orang pedalaman masih menggunakan media sosial yang hitz pada saat itu masih di pakai oleh mereka:

“Tapi, masih ada juga sih yang nggeunain facebook, contohnya kaya dipedalaman gitu, salah satunya temen aku yang tinggal di Cianjur. Mereka masih facebook juga ko, karena mungkin bagi mereka facebook itu lebih familiar aja” (12 Juni 2019)

Sabila pun menambahkan bahwa dia tidak sepenuhnya meninggalkan Facebook, pernyataannya sebagai berikut :

“Aku emang salah satu yang meninggalkan facebook tapi bukan meninggalkan banget, facebook masih di gunain hanya untuk login dari beberapa games online yang sekarang atau beberapa aplikasi yang

membutuhkan login facebook kaya joox, tinder, spotify kaya gitu aku link juga ke facebook sama buat untuk jual beli juga sih karena banyak pasarnya disana. Alasannya meninggalkan facebook ini karena kontennya menurut aku kontennya banyak yang negatif sih, terus juga alay-alay semua orang-orang nya, kontennya juga menurut aku kurang menarik dibandingin istagram yang lebih kekinian serta menarik bagi generasi aku ya.” (12 Juni 2019)

Pernyataan dari dua remaja ini pun didukung dengan pernyataan dari informan ahli yaitu Bapak Reza Andi membagi alasan menjadi dua alasan, asalannya sebagai berikut :

“Memang benar survei itu hampir semua remaja meninggalkan facebook, kenapa remaja memilih media sosial lain daripada facebook. Alasan pertama remaja itu lebih memilih atau melihat dari trend di lingkungannya. Untuk facebook sendiri lingkungannya bagi mereka facebook ini bukan sesuatu yang trending lagi, tapi lebih banyak teman-temannya atau lingkungannya semua hampir menggunakan media sosial instagram. Karena algoritma nya sosial media itu menggunakan mutual friends dan fenomena media sosial instagram lebih digunakan oleh remaja secara otomatis mutual friends dari remaja itu akan lebih tinggi dan lebih besar. Nah itu yang menyebabkan para remaja lebih memilih menggunakan media sosial instagram dibandingkan dengan facebook yang notabene sudah berumur lebih dari 10 tahun dan para remajapun tidak banyak menggunakan facebook tersebut.”

“Alasan yang ke dua fitur-fitur yang di berikan oleh media sosial lain lebih simple dibandingkan dengan facebook, karena facebook saat ini lebih terkenal dengan forum-forum groups nya serta sudah sesuai dengan segmen-segmen yang lebih spesifik kalau media sosial lain memberikan segmen yang lebih luas dengan algoritma nya menuju ke interest nya si pengguna tersebut jadi si remaja menyukai musik explore dari instagram tersebut akan memberikan informasi-informasi tentang musik, tetapi kalau di facebook algoritma nya kita harus searching sendiri tidak instans, tidak simple fitur-fiturnya.” (20 Juni 2019)

Bapak Reza Andi juga berpendapat bahwa tidak semuanya remaja meninggalkan media sosial Facebook, masih ada beberapa remaja yang aktif menggunakan media sosial Facebook namun hanya untuk ketentuan tertentu :

“Sebenarnya masih ada remaja yang menggunakan facebook hanya untuk kepentingan-kepentingan tertentu seperti mencari informasi tentang sebuah komunitas forum jual beli di facebook, yang masih tinggi

itu forum jual beli nya di facebook, karena tidak menutup kemungkinan remaja pun akan melakukan jual beli secara online. Namun untuk berinteraksi, remaja lebih condong atau kebanyakan lebih memilih instagram atau di whatsapp.” (20 Juni 2019)

Berbicara tentang Youtube, bapak Reza memang menjelaskan bahwa youtube memang salah satu media sosial yang paling digemari pada era sekarang, namun di youtube komunikasi atau berinteraksinya tidak seperti dalam media sosial instagram dan Facebook, bapak Reza Andi menjelaskan seperti berikut

“Kalau di youtube remaja memang masih tinggi menggunakan youtube tapi bukan sebagai media komunikasi, tapi sebagai media informasi. Interaksi di youtube lebih minim karena rata-rata di youtube itu hanya untuk nonton sebuah channel, udah gitu udah aja tapi kalau di instagram kan kita bisa ngomen, explore , kita membuat insta story nge tag siapa gitu tapi kalau di youtube kita itu tidak berkomunikasi dua arah secara cepat begitu.” (20 Juni 2019)

Peneliti menjadi tahu dan menarik kesimpulan kenapa sekarang remaja lebih memilih meninggalkan Facebook daripada menggunakan nya. Peneliti dapat melihat dari pernyataan dan kutipan diatas menjelaskan bahwa bagaimana sampai hari ini Facebook itu lebih kuno mulai dari penyajian kontennya, disisilain Facebook juga bagi mereka sekarang sudah menjadi cap media sosial nya orang tua, lalu mereka juga menyebutkan bahwa Facebook kalah saing dengan media sosial yang hitz saat ini yaitu Instagram, snapchat dan youtube dimana konten dan fitur-fiturnya lebih menarik bagi mereka dibandingkan Facebook.

Memang tidak semua remaja meninggalkan Facebook, dengan hasil wawancara tadi peneliti menjadi tahu bahwa masih ada remaja yang menggunakan mediasosial Facebook, di kota Bandung memang Facebook sedikit pemakainya. Remaja di perkotaan lebih memilih menggunakan media sosial Facebook sebagai ajang untuk jual beli dan mencari informasi saja, untuk berinteraksi dengan teman

sejawatnya mereka lebih memilih dengan menggunakan media sosial yang lain yaitu instagram dan snapchat. Berbeda dengan didaerah pedalaman, pedalaman disini dimaksudkan daerah Kabupaten Bandung atau bahkan luar Bandung. Bagi mereka Facebook itu masih familiar, remaja disana contohnya yang disebutkan oleh Sabila tadi daerah Cianjur masih familiar dan antusias menggunakan media sosial ini. Selain untuk berkomunikasi dengan teman onlinenya, bagi mereka Facebook ini sesuatu yang lebih dari media komunikasi, di facebook mereka bisa mendapatkan banyak informasi selain dari Kota Cianjur.

#### **4.2.5 Alasan Generasi X Menggunakan Media Sosial Facebook Sampai Saat Ini**

Berbicara media sosial Facebook, identik dengan media sosial yang khususnya untuk orang tua, bagaimana tidak hal ini dibuktikan dengan lembaga survei *eMarketer* Facebook diperkirakan bakal banjir pengguna berusia diatas 55 tahun keatas. Sebanyak 500 ribu pengguna baru *Facebook* berusia 55 tahun akan mendaftar.

Bagi generasi x, media sosial ini adalah sesuatu terobosan baru, dimana pada saat ini Facebook bagi mereka sesuatu yang baru yang sebelumnya mereka tidak ditemukan pada zaman dahulu. Dahulu mungkin ada, hanya saja tidak secanggih sekarang, dengan seiringnya perkembangan zaman bagi mereka Facebook menarik karena dapat berinteraksi secara langsung bahkan sampai bisa melihat foto-foto dan update status lainnya.

Seiringnya perkembangan zaman, banyak sekali media sosial yang baru dan bermunculan, seperti instagram, twitter, snapchat dan yang paling terbaru yaitu

youtube. Generasi x sampai saat ini masih belum banyak yang tertarik menggunakan media lain selain Facebook, mereka masih bertahan menggunakan Facebook sampai saat ini, seperti yang diungkapkan bapak Ronny Amarullah :  
 “Saya sudah nyaman di Facebook, karena semua fasilitas didalamnya sudah memenuhi kebutuhan saya. Misalnya kaya jual beli segala macam ada mulai dari pakaian, elektronik dan mobil.” (27 Mei 2019)

Hal lain yang diungkapkan jawaban yang hampir sama oleh Ibu Wina Tresnawati

“Ya alasan ibu ngegunain Facebook sampe sekarang ya seneng aja gitu sama banyak manfaatnya, kaya suka nyari resep, bagi-bagi resep kalau misalnya kaya tadi ibu bilang, ini di bikin di rumah cocok, enak bisa di jual disini langsung.”

Jawaban yang sama dilontarkan oleh ibu Neneng Jubaedah menyebutkan Facebook memiliki banyak manfaat seperti berikut :

“Ya alasan sampai sekarang pake Facebook itu buat mencari informasi, kan apalagi sekarang lagi musim puasa gitu ya ibu suka nyari resep-resep makanan buat nanti di praktekin di rumah, udah gitu di Facebook juga banyak inovasi-inovasi baru gitu kaya design rumah jadi buat kita nya juga”

Jawaban lain yang disebutkan oleh ibu Iis bahwa “ibu gak punya media sosial yang lain selain Facebook jadi ibu ngegunain facebook sampai hari ini.”

Berbeda dengan ibu-ibu, bapak Hegu Hemzah memiliki alasan yang cukup menarik bahwa dia masih menggunakan Facebook sampai saat ini sebagai berikut:

“Facebook emang konten-kontennya lebih canggih sama lebih luas, dari segi tampilannya. Di Facebook gak cuman bisa upload foto sama vidieo aja, tapi kan di Facebook juga ada hiburannya, group nya dan banyak lagi lah. “

Hal ini berkaitan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh informan ahli yaitu bapak Agus Wibowo berpendapat alasan generasi x masih menggunakan media sosial facebook samapai saat ini seperti berikut :

“Sederhana saja, media sosial ini adalah media pertama yang mereka ketahui, jadi mereka sangat antusias sekali menggunakannya dengan catatan media ini sangat mudah digunakan. Indonesia merupakan pengguna terbesar Facebook, saya pernah membaca beberapa artikel bahwa pengguna media sosial Facebook itu memang masih tinggi, mungkin di Facebook segala ada seperti informasi nya, vidieo humor group dan semacam nya yang membuat Facebook masih di pilih oleh generasi x sebagai media sosial nya. Padahal jika dilihat dari sejarah nya sudah banyak berbagai media yang seperti facebook ini, cuman dari pemakaiannya yang berbeda, dari transisi nya yang dulu gini sekarang menjadi kaya gini. Generasi x sebenarnya adalah generasi yang paling beruntung menurut saya karena mereka tahu sejarahnya awal mula media sosial seperti ini.”

Informan inti lainnya bapak Reza Andi menyebutkan :

“Penyebab nya generasi x ini menggunakan Facebook penerapan nya lebih mudah dibandingkan platform lain dan juga ada beberapa fungsi Facebook juga yang tidak di miliki oleh sosial media lainnya, seperti group, forum dll.”

Berdasarkan fakta diatas, peneliti mendapatkan sebuah pengetahuan baru dimana masih banyak sekali generasi x menggunakan media sosial Facebook ini, bukan karena tidak tertarik menggunakan media sosial lainnya, bagi mereka Facebook sudah cukup dan nyaman karena sudah lengkap mulai dari konten-konten, informasi, forum jual beli, resep makanan, games dan yang lainnya ada di Facebook. Sehingga bagi mereka media sosial ini sudah lebih dari cukup, namun ada saja karena tidak bisa menggunakan media sosial lain atau hanya bisa menggunakan media sosial Facebook saja membuat generasi x ini tidak tertarik menggunakan media sosial lainnya, bagi mereka Facebook ini adalah media sosial yang mudah digunakan.

Berbeda dengan para remaja yang lebih memilih meninggalkan media sosial Facebook daripada menggunakannya. Peneliti dapat melihat dapat menyimpulkan dari beberapa pernyataan para remaja yang menjelaskan bahwa bagaimana sampai hari ini Facebook itu lebih kuno mulai dari penyajian kontennya, disisilain Facebook juga bagi mereka sekarang sudah menjadi cap sebagai media sosial nya orang tua, lalu mereka juga menyebutkan bahwa Facebook kalah saing dengan media sosial yang hitz saat ini yaitu Instagram, snapchat dan youtube dimana konten dan fitur-fiturnya lebih menarik bagi mereka dibandingkan Facebook.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan dan dianalisa pada bab IV, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Motif generasi x dalam menggunakan media sosial Facebook, peneliti menemukan sebuah fakta bahwa generasi x pada awalnya menggunakan facebook hanya ikut-ikutan trend saja, karena bagi mereka Facebook adalah dunia baru dalam media berkomunikasi. Dengan seiringnya perkemabangan zaman bagi mereka saat ini Facebook sebagai media komunikasi yang paling efektif dalam mencari teman lama untuk dapat menjalin komunikasi kembali.
2. Tindakan ada karena adanya motif, peneliti menilai bahwa tindakan yang diambil oleh informan rata-rata jawabannya berbeda namun hampir sama. Tindakan generasi x ini menggunakan media sosial Facebook untuk mencari informasi, hiburan, menyukai dan mengetahui kegiatan orang lain serta bentuk dari ekspresi dirinya mereka dengan update status, upload foto tentang kegiatan moment-moment yang mereka jalani, mulai dari hobi, pekerjaan, komunitas dan lainnya.
3. Bagi mereka Facebook tersebut bermakna hampir sama antara satu dengan jawaban dari motif dan tindakan. Generasi x rata-rata mempunyai makna bahwa selama menggunakan media sosial facebook mereka banyak sekali mendapatkan manfaat mulai dari mendapatkan banyak informasi, sebagai wahana hiburan ketika waktu luang, mengetahui sifat orang lain, eksistensi diri atau bahkan sebagai ajang reuni, karena

dengan mereka menggunakan media sosial facebook ini banyak dari mereka dapat bertemu kembali dengan kawan lama serta menjalin komunikasi yang telah terputus karena terbatas ruang dan waktu.

## 5.2. Saran

Saran merupakan sebuah masukan yang dapat membuat suatu hal menjadi lebih baik kedepannya. Peneliti sebagai mahasiswa yang membahas masalah Fenomena Penggunaan Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung memiliki beberapa saran. Untuk melengkapi hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran atau rekomendasi sebagai berikut :

1. Peneliti memberikan saran kepada generasi x agar menggunakan media sosial Facebook ini tidak terlalu berlebihan, apalagi sampai lupa waktu yang membuat lupa harus bersosialisasi secara *offline* juga, berkomunikasi secara online memang baik namun tidak harus melupakan orang-orang yang ada disekitar kita.
2. Bagi generasi x, penggunaan media sosial Facebook ini memang dirasa efisien karena banyak memberikan informasi keseharian atau bahkan kegiatan-kegiatan orang lain tetapi ini dapat menimbulkan sebuah kejahatan baru yang nantinya dapat memberikan dampak negatif bagi generasi x. Karena media sosial ini merupakan hal yang baru bagi mereka, mereka harus banyak belajar lagi agar tidak
3. salah dan bijak dalam menggunakan Facebook ini.
4. Pergunakan media sosial Facebook ini sebaik mungkin, jadikan lah sarana komunikasi yang positif, baik bagi pengguna dan juga teman-teman yang ada di kontak mereka. Di media sosial Facebook ini banyak sekali informasi yang kita dapat yang belum tentu akurat, generasi x dalam mendapatkan informasi dalam

media sosial ini harus pintar-pintar memilih mana berita yang benar dan yang bohong, agar nantinya generasi x tidak termakan dengan berita hoax atau bohong.

5. Peneliti menyadari bahwa selama melakukan penelitian ini banyak terdapat kekurangan diantaranya mengenai hasil penelitian yang bisa saja tidak sesuai dengan realita atau kehidupan aslinya dalam penggunaan Facebook ini oleh generasi x.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Prof. Dr. Burhan (2007). *Sosiologi Komunikasi*. Kencana
- Effendi, Onong Uchyana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, Taufik (2009). *Lebih Dekat Dengan Facebook* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kuswarno, Dr. Engkus, M.S.. (2009) *Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi*. Widya Padjajaran
- Mahi, Hikmat. 2018. *Jurnalistik: Literary Journalism*. Jakarta: Preneda Media Group
- Nasrullah, Dr. Rulli. 2015. *Media Sosial (Cetakan Pertama)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Santoso, Budi, Totok (2001). *Strategi Riset Lewat Internet*. Yogyakarta: Andi.

**Artikel Jurnal :**

Yanuar, 2016. *Theoretical Review* : Teori Perbedaan Generasi (diakses pada Maret 2019)

Ziveria, 2017. Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan Di Program Studi Sistem Informatika Institut Teknologi Bisnis Kalbe (diakses pada Maret 2019)

**Sumber Lain:**

<https://teknologi.bisnis.com/read/20180602/84/802033/facebook-mulai-ditinggalkan-anak-muda>

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3282682/facebook-mulai-ditinggal-pengguna-milenial-apa-penyebabnya>

<https://tirto.id/facebook-ditinggalkan-yang-muda-dipertahankan-yang-tua-cMvV>

<https://www.viva.co.id/arsip/1006704-facebook-jadi-media-sosial-orang-tua-kenapa>

## **Draft Pertanyaan**

Pedoman Wawancara Inti

### **Pertanyaan Utama :**

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?
6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?
7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?
8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?
9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?
10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

## **Draft Pertanyaan**

Pedoman Wawancara Inti (Remaja)

### **Pertanyaan Utama :**

1. Latar belakang atau motif apa anda menggunakan media sosial Facebook?
2. Menurut anda tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?
3. Menurut anda makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?
4. Apakah anda masih menggunakan Facebook?
5. Kenapa anda sekarang tidak menggunakan Facebook lagi?
6. Dampak positif dan negatifnya selama anda menggunakan media sosial Facebook?

## **Draft Pertanyaan**

Pedoman Wawancara Ahli

### **Pertanyaan Utama :**

1. Menurut anda, apa motif yang menyebabkan Generasi X menggunakan media sosial Facebook?
2. Bagaimana tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh Generasi X menggunakan media sosial Facebook ?
3. Bagaimana makna penggunaan media sosial Facebook bagi Generasi X?
4. Apakah anda mempunyai media sosial facebook juga ? sudah berapa lama menggunakan Facebook ini ?
5. Jaman sekarang banyak sekali media sosial yang dibuat, apa penyebab Generasi X ini masih aktif menggunakan Facebook?
6. Apa yang membedakan media sosial Facebook dengan media sosial lainnya?
7. Selain untuk informasi, apakah facebook digunakan oleh Generasi X untuk bisnis juga?
8. Jika pada nantinya Facebook berhenti beroperasi, menurut anda apakah Generasi X ini akan berpindah menggunakan media sosial lainnya?
9. Dampak positif dan negatif apa saja jika Generasi X ini sangat aktif menggunakan Facebook?
10. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang anda ingin terapkan dalam media sosial facebook?

# **LAMPIRAN**

## LEMBAR PERSETUJUAN REVISI

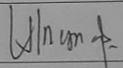
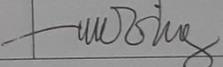
### SIDANG SKRIPSI

REVISI  
(LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN)  
SIDANG SKRIPSI

Nama : Muamar Andre Febriyansah  
NRP : 152050254  
Tanggal Sidang Skripsi : 28 Juni 2019  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Jurnalistik

Judul Skripsi "FENOMENA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK  
OLEH GENERASI X DI KOTA BANDUNG" (Studi Fenomenologi Penggunaan  
Media Sosial Facebook Oleh Generasi X Di Kota Bandung)

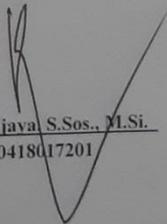
TELAH DIREVISI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Yanti Susila T, S.Ag., M.Si.	
2	Dr. Iing Saefudin, M.Si	

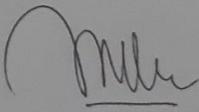
Bandung, 20 Agustus 2019

Mengetahui,  
Pembimbing

Pembimbing I

  
H. Rasman Sonjava, S.Sos., M.Si.  
NIDN. 0418017201

Pembimbing II

  
Yusuf Hartawan S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0431126601

## Lampiran 1

### Hasil Wawancara

#### Informan Inti

#### Bapak Agus Kurnia (49)

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?  
”Alasan menggunakan FB ya paling buat hiburan, nyari temen lama yang dulunya menghilang buat bisa berkomunikasi lagi”
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?  
“Tindakan perilaku yang sering bapak lakukan paling di *Facebook* cuman mencari informasi, sekali-sekali juga *update* status, *update* foto kaya kemarin lagi ada kerjaan seneng banget *update* status, lagi ngelakuin ini di foto, lagi disini di foto di *upload* ke *Facebook*. Jadi kalau bapak *update* status atau foto itu gak nyampe setiap hari kaya orang lain, bapak paling *update* status itu kalau lagi ada kerjaan aja buat moment aja atau pengingat bapak waktu lagi kerja.”
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?  
“Buat saya *Facebook* itu sebagai ajang komunikasi atau media komunikasi aja sama temen-temen lama, karena dengan *Facebook* kita bisa menjalin silaturahmi kembali yang setelah sekian lama terputus oleh jarak dan waktu.”
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?  
“Lumayan lama sih ngegunain *Facebook* dari tahun 2010 ada, kurang lebih sembilan tahunan”

5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?  
 “Pengalamannya ya paling gitu, di Facebook bisa merusak pertemanan karena sekarang kan musim politik gitu pernah saya ngalamin kalau misalnya beda pilihan nyampe saling putus silaturahmi.”
6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?  
 “Ya gitu sampe sekarang ngegunain Facebook buat mencari informasi sama hiburan aja.”
7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?  
 “Bedanya Facebook sama media sosial lainnya ya paling kalau di Facebook lebih lengkap mulai dari group, games dan lain-lain.”
8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial Facebook sebagai bisnis juga?  
 “Iya, saya memakai Facebook buat bisnis juga, ya kaya gini usaha bareng istri bikin kue kadangkala Facebook juga dijadikan ajang media promosi buat saya.”
9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?  
 “Kalau misalnya pindah paling ke WA, tapi kalau misalnya ada yang lebih mudah ke Facebook ya paling pindah nanti kesitu pake juga.”
10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?  
 “Dampak positifnya yaitu kita dapat bertemu dengan teman lama, bisa saling komunikasi lagi udah lama gak ketemu, ajang silaturahmi dan memperluas relasi sih sebenarnya mah. Dampak negatifnya yang tadi bapak sebutin tadi kalau bisa saling serang satu sama lain karena berbeda pilihan, musim politik emang panas bisa sampe saling hina satu sama lain bukan cuman di Facebook aja, tapi di WA juga sama kaya gitu. Terus banyak juga berita bohongnya juga.”

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

“Yang di harepin di Facebook Balik lagi ke diri kita sendiri, jangan sampe ada unek-unek update status mendingan langsung ngobrol aja dari pada di update di Facebook nanti nya nambah lagi masalah.”

## Lampiran 2

### Hasil Wawancara

#### Informan Inti

#### Wina Tresnawati (49)

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?  
“Kalau dulu ibu awal banget nih, pertama kali ngegunain Facebook buat nyari temen-temen lama yang udah lama gak kontak atau berhubungan lagi, kalau sekarang ibu ngegunain Facebook buat bisnis juga.”
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?  
“Kalau ibu di Facebook paling suka ngelakuin kaya suka *posting-posting*, *like* status sama foto orang-orang yang berteman dengan ibu, *update* status suka cuman jarang *update* kalau sekarang-sekarang paling suka nyari informasi aja kaya resep makanan di *Facebook* terus di cobain langsung bikin di rumah kalau enak ya dijual kaya disini sekarang.”
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?  
“Maknanya Facebook buat ibu banyak banget, mulai dari sebagai media hiburan iya, buat mencari informasi juga iya, buat informasi kondisi temen-temen juga yang dulu jarang ketemu.”
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?  
“Lumayan lama sih ngegunain Facebook dari tahun 2010 ada, dulu juga dibikinin sama bapak nyampe sekarang aja pake”
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?  
“Pengalaman ibu pernah lagi kesel sama orang suka update status kan biar gak secara langsung ngobrol bisa langsung ngutarain unek-unek ke orang itu, kalau orang itu nya sadar syukur kalau engga juga yaudah yang penting

kita udah ngutarain unek-unek kita. Jadi kalau udah gitu jadi enak ke kitanya plong gitu gak di Pendem lagi.”

6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?

“Ya alasan ibu ngegunain Facebook sampe sekarang ya seneng aja gitu sama banyak manfaatnya, kaya suka nyari resep, bagi-bagi resep kalau misalnya kaya tadi ibu bilang, ini di bikin di rumah cocok, enak bisa di jual disini langsung.

7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?

“Kalau di bandingin sama WhatsApp mah Facebook itu lebih bebas kalau WhatsApp itu lebih pribadi.

8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?

“Iya ibu ngegunain Facebook buat bisnis juga, kaya gitu kan ibu update status atau foto kaya sekarang bulan puasa foto nya etalase sama banyak makanan atau kue-kue terus ibu bikin caption nya "bismillah semoga lancar jualannya hari ini" nah jadi temen-temen juga pada tau kalau ibu jualan kue terus banyak yang pesen juga lewat facebook, kadang-kadang suka pengen di kirim.”

9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?

“Ya pasti pindah ke media sosial lainnya, kalau sekarang mah misalnya Facebook berhenti paling ke WhatsApp aja.

10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?

“Positif nya mah banyak, kaya bisa ketemu temen lama lagi, berkomunikasi lagi setelah lama tidak berjumpa say hi gitu-gitu aja. Nah kalau negatif nya suka emosi liat status orang, kadang suka ikut komen juga jadi bikin emosi gitu lah.”

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

“Yang di harepin ibu cuman kebebasan berpendapat aja sih, kalau misalnya pengen diterapin di facebook mah.”

### **Lampiran 3**

#### **Hasil Wawancara**

##### **Informan Inti**

##### **Iis Ratna Dewi Priatin (51)**

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?  
“Kalau alesannya kan dari dulu teh kepisah sama temen lama gitu ya, yang SMP, SMA atau SD gitu ya jadi alesan nya mah pertama kali pake facebook buat nyari temen lama aja sama ikut-ikutan aja yang lain. Awalnya mah da ibu mah gak bikin sama gak punya Facebook, pas dulu sama bapak di bikinin yaudah ibu pake sampe sekarang gitu tapi pake facebook juga kerasa sekarang banyak manfaatnya sih”
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?  
“Ya di Facebook paling suka upload foto bikin status yang gitu-gitu aja paling kadang ibu juga ikut komen kalau misalnya ada temen ibu yang update status sisa nya paling nge like status mereka.”
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?  
‘Buat ibu Facebook itu cuman buat hiburan ngisi kekosongan waktu aja, ibu kan seorang ibu rumah tangga, waktu anak-anak ibu sekolah ya gitu buka Facebook ngeliat orang lain yang kaya gitu-gitu aja sih.’
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?  
“Ibu ngegunain Facebook udah lumayan lama, dari tahun 2010an lah. Kadang ibu juga suka lupa passwordnya jadi beberapa kali bikin”
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?

“Selama pengalaman menggunakan Facebook kita jadi tau kondisi temen gimana, kaya di liat dari update status nya kan misal nya marah-marah atau lagi sakit jadi kita tau temen itu kondisinya kaya gimana.

6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?

“Ya karena ibu gak punya media sosial yang lain selain Facebook jadi ibu ngegunain facebook sampai hari ini.”

7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?

“Apa ya, ibu kurang tau bedanya sama sosial media lain, yang ibu tau cuman facebook aja.”

8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?

“Enggak, ibu gak gunain facebook buat bisnis”

9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?

“Ya paling nyari lagi yang mudah, kaya dulu kan BBM di hapus hilang, masih ada whatsapp. Kalau misalnya Facebook di hapus ya paling ibu juga nyari lagi yang sama kaya Facebook.”

10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?

“Dampak positif nya kita jadi banyak temen, kalau negatif nya kita jadi takut. Kaya misalnya kita update status takut nya nyinggung perasaan orang, takut nanti tiba-tiba ada di kantor polisi gitu karena kena undang-undang ITE.”

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

“Pengennya mah sih bebas berpendapat, kan kita punya khalayan gitu tentang suatu daerah atau pengen ngasih pendapat gitu kaya ke pemerintahan, kita kan gabisa langsung tiba-tiba Dateng ketemu sama

orang pemerintahan jadi kita nulis apa yang kita rasakan itu di Facebook siapa tau bisa dibaca kaya aspirasi kita. Kalau misalnya kaya sekarang kan kita nya juga takut ngasih pendapat takut nya langsung di ciduk atau gimana gitu tiba-tiba pencemaran nama baik atau sebagainya, pengennya mah agak di bebasin.”

## Lampiran 4

### Hasil Wawancara

#### Informan Inti

#### Neneng Jubaedah (42)

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?

“Menggunakan media sosial Facebook ini alasannya pertama cuman ikut-ikutan *trend* aja da ibu juga gak mau ketinggalan zaman terus kesini-kesininya pake Facebook buat liat-liat perkembangan zaman dan sebagai wahana komunikasi informasi dengan teman-teman lama yang dari dulu bisa dibilang gak pernah nyapa atau gimana gitu ya, kalau sekarang mah Alhamdulillah meskipun sudah ketemu tapi gak ketemu juga seenggaknya masih punya kontaknya.”

2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?

“Update status iya ibu suka update status, kebetulan kan ibu juga masuk sama ikutan jadi ibu-ibu PKK gitu ya jadi suka mensosialisasikan program-program desa lewat facebook. Kadang suka *update* kegiatannya juga jadi warga teh tau gitu bakalan ada program pos yandu sama kegiatan nya kapan dilaksainnya. Kadang-kadang ibu juga suka iseng sih ngeliat kegiatan orang atau status-status nya orang lain, ibu juga terus suka upload foto buat disimpen di Facebook nantinya buat kenangan-kenangan aja kalau ibu dulu dulu pernah ngelakuin ini, ngelakuin kegiatan ini bareng orang-orang yang dekat dengan ibu”

3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?

“Buat ibu mah Facebook teh sebagai media sarana mencari informasi, hiburan sama kaya buat penyalur informasi atau mensosialisasikan

kegiatan-kegiatan dari desa aja kepada masyarakat biar masyarakat tau ada kegiatan apa, kapan sama jam berapa.”

4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?

“Sejak tahun 2016, jadi keitungnya masih baru pake facebook.”

5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?

“Pengalaman selama menggunakan Facebook sekarang ini ya ibu jadi tau gitu sifat orang, kegiatan orang dan kaya strata sosial nya orang juga.”

6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?

“Ya alasan sampai sekarang pake Facebook itu buat mencari informasi, kan apalagi sekarang lagi musim puasa gitu ya ibu suka nyari resep-resep makanan buat nanti di praktekin di rumah, udah gitu di Facebook juga banyak inovasi-inovasi baru gitu kaya design rumah jadi buat kita nya juga menjadi inspirasi banyak manfaat Facebook teh, mangkannya aktif sampai sekarang..”

7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?

“Yang membedakan Facebook sama media sosial lainnya kalau Facebook itu kan cangkupannya luas gitu, kalau di Instagram cuman bisa upload foto sama vidieo aja. Kalau di Facebook segala ada kaya group jual beli, group otomotif, games sama masih banyak lagi lah.”

8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?

“Kalau buat bisnis gak gunain, soalnya kan ibu mah ibu rumah tangga paling aktif nya juga di rumah kalau engga di desa. Jadi kalau buat bisnis mah engga sih, buat informasi sama media hiburan mah iya.”

9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?

“Ya mungkin bakalan pindah ke media sosial lainnya. Ya ibu juga pengen tau, pengen mengikuti zaman. Ibu juga kan pake Facebook teh mengikuti,

berarti kalau misalnya Facebook berhenti ada media sosial lain ya mengikuti juga biar gak gaptek sama kurang update juga.”

10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?

“Dampak positif nya banyak informasi didapat mulai dari resep, apa yang terjadi terus kan dampak positif lainnya tuh sekarang bisa menjalin silaturahmi lagi sama teman lama belasan taun atau sekitar 20 tahunan tidak ketemu bisa terjalin lagi.”

“Kalau negatif nya itu sih, kadang-kadang kan suka ada yang menjelekan atau suka menyebarkan kejelekan-kejelekan orang lain di Facebook, suka keluar bahasa-bahasa yang kurang enak di baca. Ada juga yang di hack Facebook nya suka ngirim video-video gitu yang gak pantas di tonton lah sama anak dibawah umur.”

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?.

“Kan sekarang udah ada undang-undang ITE sebenarnya udh bagus ada undang-undang ITE tuh, jadi pengennya dengan adanya undang-undang ITE tuh para pengguna Facebook kalau bikin status atau mau komentar itu bahasanya yang enak di baca terus di saring juga bahasanya jangan bahasa yang kasar kaya gitu karena gak baik kalau di baca sama yang di bawah umur.”

## **Lampiran 5**

### **Hasil Wawancara**

#### **Informan Inti**

#### **Hegu Hemzah (38)**

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?  
“Latar belakang nya ngegunain Facebook ya paling bapak mah pake buat media komunikasi dengan teman saja.”
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?  
“Ya di Facebook kadang-kadang suka update status terus mencari informasi sosial, berita. Kadang-kadang suka upload foto tentang kegiatan lagi dinas atau lagi main sama keluarga pergi kaya ke daerah-daerah gitu.”
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?  
“Maknanya mungkin Facebook itu membantu, membantu dalam hal mencari teman lama, mencari informasi atau memberi informasi keadaan pribadi ataupun orang lain kaya teman-teman kita. Facebook juga sebagai wahana kita bisa menemukan hobi, kaya saya suka olahraga sepeda, di Facebook ada group nya langsung join terus nambah keluarga juga.”
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?  
“Sejak tahun 2015 saya menggunakan Facebook lumayan lama sih kalau menurut saya.”
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?  
“Selama menggunakan Facebook ada manfaatnya, selain media informasi Facebook juga bisa dibilang sebagai media pengingat. Kan sekarang di Facebook suka ada foto yang mengingatkan kita tentang beberapa tahun yang lalu bahwa tahun 2016 saya pernah kesini sama keluarga.”

6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?  
“Facebook emang konten-kontennya lebih canggih sama lebih luas, dari segi tampilannya. Di Facebook gak cuman bisa upload foto sama vidieo aja, tapi kan di Facebook juga ada hiburannya, group nya dan banyak lagi lah. “
7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?  
“Yang membedakan kalau Facebook jaringan nya lebih luas, lebih baik, lebih banyak kontennya daripada media sosial lainnya.”
8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?  
“Kadang-kadang sih iya suka di pake bisnis juga kaya mau ngejual barang atau apa gitu di Facebook.”
9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?  
“Bisa aja sih pindah, kalau misalnya Facebook berhenti kaya BBM terus ada media sosial baru yang hampir sama atau lebih mudah dari Facebook bisa aja pindah menggunakan media sosial lain.”
10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?  
“Positif nya banyak mendapatkan informasi yang banyak sebanyak-banyak nya. Kalau dari negatif nya kadang-kadang Facebook itu suka di pake oknum atau orang yang gak bertanggung jawab dalam menyampaikan berita yang akhirnya kan jadi berita hoax atau penipuan dan penghinaan gitu.”
11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

“Kalau menurut saya undang-undang ITE itu udah bagus kalau di terapin di Facebook, tinggal balik lagi ke diri kita nya dalam menggunakan media sosial jangan sampai jadi jarimu harimau mu, dengan jari kalian sekarang bisa di tangkap sama polisi kalau misalnya kita menyinggung atau memberikan berita yang tidak benar.”

## Lampiran 6

### Hasil Wawancara

#### Informan Inti

#### Ronny Amarullah (41)

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?  
“Awalnya saya menggunakan atau memakai media sosial Facebook hanya ingin menyampaikan aspirasi saja sebenarnya, karena *basic* saya seorang seniman, jadi saya suka menyuarkan aspirasi atau inspirasi di Facebook. Aspirasi yang dimaksud contohnya kaya puisi, jadi mampu menyampaikan pesan secara lugas, luas dan tentunya menarik untuk dibaca para teman-teman *online* saya.”
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?  
“Sering nya baca status orang lain, jadi kita bisa menilai karakteristik orang itu lewat status nya, lalu Facebook juga bagi saya sebuah media informasi untuk mencari berbagai berita.
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?  
“Ya sebagai media informasi dan komunikasi serta silaturahmi dengan teman lama maupun teman baru. Yang lama bisa menjalin komunikasi sebelumnya terputus kan, jadi bisa ketemu lagi, kalau yang baru bisa membangun sebuah kepercayaan juga satu sama lain. Bagi saya juga kalau misalnya bikin status yang menarik kaya puisi, semakin banyak juga orang tertarik dengan hidup kita.”
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?  
“Baru sekitar 4 tahun saya menggunakan Facebook”
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?

“Pengalaman banyak, saya senang liat karakter orang yang curhat di Facebook, atau yang senang cerita hobinya atau politik. Akhirnya kita tahu, kalau media sosial ini untuk menunjukkan sebuah jati diri seseorang dengan gaya hidupnya.”

6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?

“Saya sudah nyaman di Facebook, karena semua fasilitas didalamnya sudah memenuhi kebutuhan saya. Misalnya kaya jual beli segala macam ada mulai dari pakaian, elektronik dan mobil.”

7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?

“Yang membedakan tadi saya sudah sebutkan, dari fasilitas nya kaya group segala macam, Facebook itu lebih variatif daripada media sosial lainnya yang hanya bisa upload foto dan vidieo saja. Facebook jangkauan nya luas dan merata.

8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?

“Pasti semua orang juga bisa memanfaatkan media sosial Facebook ini buat bisnis, termasuk saya kadang-kadang suka sih kalau jual beli mobil saja.”

9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?

“Pastinya bakalan beralih juga, soalnya sekarang media sosial juga jadi lumayan penting untuk mendapatkan informasi selain dari tv atau radio.”

10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?

“Positifnya banyak, kita dapat membangun relasi dengan orang-orang, banyak teman, informasi serta berbisnis juga. Cuman kalau negatif nya itu orang-orang di Facebook pada lebay. Lebih ke etika nya sih, ada sebenarnya yang tidak pantas untuk di share di Facebook, tapi tetap di share. Misalnya nya masalah rumah tangga, urusan-urusan pribadi yang harusnya rahasia pribadi tapi malah jadi bahan dagangan buat yang lainnya.

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

“Ini kan termasuk nya kepada UUD ITE, artinya setiap orang harus bisa dipertanggung jawabkan.”

## Lampiran 7

### Hasil Wawancara

#### Informan Inti

#### Herni Triana (41)

1. Latar belakang atau motif apa yang bapak/ibu sering menggunakan media sosial Facebook?  
“Awalnya ibu pake Facebook mah cuman ikut-ikutan orang lain aja. Waktu dulu kan lagi booming-boomong nya kan itu Facebook, ya ibu mah cuman pengen tau aja gimana sih Facebook teh, apa yang menarik dari Facebook ternyata lumayan rame terus di Facebook juga sekarang bisa ketemu teman-teman lama, mulai dari temen SMEA, SD, SMP yang dulu gak pernah komunikasi, sekarang mah Alhamdulillah bisa ketemu sama komunikasi lagi setelah sekian lama tidak berjumpa.”
2. Menurut bapak/ibu tindakan atau perilaku apa yang sering dilakukan selama menggunakan Facebook ?  
.”
3. Menurut bapak/ibu makna apa yang didapat dengan menggunakan media sosial Facebook ?  
“Facebook bagi ibu cuman sekedar media hiburan dan mencari informasi saja
4. Sejak kapan bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook ?  
“Baru sekitar 6 tahun ibu menggunakan Facebook”
5. Bagaimana pengalaman bapak/ibu setelah menggunakan media sosial Facebook ini ?  
“Selama di Facebook itu kadang saya suka banyak berita yang bohong kaya gitu, jadi susah juga mana yang ngebedain berita yang asli dan berita yang palsu.”
6. Banyak sekali media sosial pada zaman sekarang, kenapa bapak/ibu masih aktif menggunakan media sosial Facebook sampai hari ini ?

“Karena Facebook yang saya tahu pertama, jadi saya ngegunain Facebook bukannya gak mau pake media sosial lain cuman Facebook aja sudah cukup buat ibu males juga kalau harus banyak aplikasi medsos di hp.

7. Apa yang membedakan media sosial Facebook ini dengan media sosial lainnya?

“Kalau Facebook mah jangkauannya lebih luas, kaya informasi dan hiburannya bisa mencangkup kemana saja. Kalau di wa mah ya gitu lebih ke pribadi dan orang-orang nya yang kenal aja. Di Facebook kan kita bisa berteman dengan siapa saja walaupun kita tidak kenal.”

8. Apakah bapak/ibu memanfaatkan media sosial facebook sebagai bisnis juga?

“Kadang-kadang pake buat bisnis juga, cuman gak terlalu intens kaya anak muda gitu. Paling ibu ngegunain buat jual Tupperware aja dan itu juga keitungnya jarang.

9. Jika Facebook nantinya tidak akan beroperasi lagi, apakah bapak/ibu akan beralih menggunakan media lain?

“Iya, gimana tren nya aja sih kalau ada yang rame kaya Facebook pasti pindah juga pake yang itu gimana rame nya aja lah ibu mah.”

10. Apakah ada dampak positif dan negatif selama bapak/ibu menggunakan media sosial Facebook?

“Kalau positif nya kadang informasi nya dapat ditiru di dunia sekarang atau implementasikan gitu ya, da ibu juga suka baca-baca ceramah yang bermanfaat buat ibu terus kadang ibu juga kalau misalnya ada kata-kata mutiara yang bagus juga di Facebook suka di terusin lagi ke group keluarga. Negatif nya itu kadang kalau misalnya ada berita yang gak bermanfaat kaya, kerusuhan, kecelakaan kaya gitu gak pernah di sensor.”

11. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang bapak/ibu ingin terapkan dalam media sosial facebook?

“Kalau bisa konten-kontennya di sesuaikan dengan umurnya aja.

## **Lampiran 10**

### **Hasil Wawancara**

#### **Informan Ahli**

**Agus Wibowo (52)**

#### **Aktivis Sosial Media dan Blogger**

1. Menurut anda, apa motif yang menyebabkan Generasi X menggunakan media sosial Facebook?  
“Bagi saya media sosial itu adalah sebuah ladang pekerjaan, karena pekerjaan saya seorang penulis tidak lepas dari media sosial, karena media sosial adalah sarana komunikasi yang paling efektif yang bahkan atau pun sekarang bisa menggeser media konvensional televisi dan radio. Jika melihat temen-temen yang menggunakan media sosial tidak lain untuk komunikasi, menggunakan media sosial untuk mencari hobi mereka atau keseharian mereka. Sehingga generasi x ini harus banyak belajar supaya tidak gaptek.”
2. Bagaimana tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh Generasi X menggunakan media sosial Facebook ?  
“Generasi X menurut saya mereka menghabiskan waktunya cenderung masih di luar bukan di media sosial, memang ada bahkan banyak yang aktif menghabiskan waktunya untuk bermedia sosial contohnya saja kaya main Facebook, tetapi itu hanya seperlunya tidak terlalu intens menggunakan media sosial Facebook itu, bagi mereka Facebook itu seperti mencari informasi dan sarana hiburan dan komunikasi dengan teman-temannya bagi mereka.”
3. Bagaimana makna penggunaan media sosial Facebook bagi Generasi X?  
“Facebook itu sebagai sarana komunikasi dan ada satu kata yang "ajaib" yaitu reuni. Ketika smartphone dan media sosial muncul salah satu nya Facebook banyak dari mereka yang eksis kembali eksis mulai dari ibu rumah tangga, bapak rumah tangga, pejabat ibarat nya dari dunia

pekerjaan mereka itu taraf nya sudah stabil nah disitulah bagi mereka media sosial sebagai sarana wahana mencari teman-teman lama mereka mulai dari SD, SMP, SMA dan Kuliah.”

4. Apakah anda mempunyai media sosial facebook juga ? sudah berapa lama menggunakan Facebook ini ?

“Saya mempunyai medsos sudah jelas sejak ada nya media sosial ada di Indonesia tahun 2005 berarti kurang lebih 14 tahun saya menggunakan medsos termasuk Facebook. Hampir semua punya mulai dari blog hingga media sosial kecuali mungkin linkedin.”

5. Jaman sekarang banyak sekali media sosial yang dibuat, apa penyebab Generasi X ini masih aktif menggunakan Facebook?

“Sederhana saja, media sosial ini adalah media pertama yang mereka ketahui, jadi mereka sangat antusias sekali menggunakannya dengan catatan media ini sangat mudah digunakan. Indonesia merupakan pengguna terbesar Facebook, saya pernah membaca beberapa artikel bahwa pengguna media sosial Facebook itu memang masih tinggi, mungkin di Facebook segala ada seperti informasi nya, vidieo humor group dan semacam nya yang membuat Facebook masih di pilih oleh generasi x sebagai media sosial nya. Padahal jika dilihat dari sejarahnya sudah banyak berbagai media yang seperti facebook ini, cuman dari pemakaiaannya yang berbeda, dari transisi nya yang dulu gini sekarang menjadi kaya gini. Generasi x sebenarnya adalah generasi yang paling beruntung menurut saya karena mereka tahu sejarahnya awal mula media sosial seperti ini.”

6. Apa yang membedakan media sosial Facebook dengan media sosial lainnya?

“Facebook dengan media sosial lainnya jelas berbeda semuanya ada pangsa pasar nya masing-masing. Facebook berbeda dengan Twitter, kalau Twitter seperti orang yang berkicau saja lama kelamaan langsung hilang, kalau di Facebook sekarang sering ada pengingat kaya satu tahun yang lalu, dua tahun yang lalu, tiga tahun yang lalu dan ini lah orang Indonesia yang masih

kenapa suka dengan facebook mungkin dengan masalah yang gak bisa move on nya itu.”

7. Selain untuk informasi, apakah facebook digunakan oleh Generasi X untuk bisnis juga?

“Generasi x jelas ada yang menggunakan Facebook untuk bisnis. Facebook adalah salah satu pengguna terbesar di Indonesia dan di Facebook sangat jika berjualan sudah sangat jelas apa yang mereka jual, berbeda dengan di Instagram karena di Instagram hanya menunjukkan sebuah eksistensi sebuah produk tidak seperti di Facebook yang sudah tau karakternya, aktivitas nya seperti apa, ketika dia berjualan a semua orang langsung percaya.”

8. Jika pada nantinya Facebook berhenti beroperasi, menurut anda apakah Generasi X ini akan berpindah menggunakan media sosial lainnya?

“Orang Indonesia itu adalah orang kreatif, mereka tidak terganggu dengan satu aplikasi tertentu jika Facebook berhenti pasti bakalan beralih ke media sosial lain nya.”

9. Dampak positif dan negatif apa saja jika Generasi X ini sangat aktif menggunakan Facebook?

“Dampak positif dan negatif nya, ya positif nya kita bisa bertemu kembali dengan kawan lama, nambah kawan baru, kita bisa berbisnis kita bisa meng explore apa yang ingin kita sampaikan tapi positif nya itu balik lagi gimana individu nya sendiri. Untuk negatif nya, Facebook dengan berbagai media sosial lainnya sama saja banyak informasi palsu atau hoax dan banyak akun-akun bodong dan kita dengan mudah nya menjudge seseorang tanpa tahu aslinya seperti apa dan gimana.”

10. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya facebook. Peraturan apa yang anda ingin terapkan dalam media sosial facebook?

Dampak positif dan negatif nya, ya positif nya kita bisa bertemu kembali dengan kawan lama, nambah kawan baru, kita bisa berbisnis kita bisa meng explore apa yang ingin kita sampaikan tapi positif nya itu balik lagi gimana individu nya sendiri. Untuk negatif nya, Facebook dengan berbagai media

sosial lainnya sama saja banyak informasi palsu atau hoax dan banyak akun-akun bodong dan kita dengan mudah nya menjudge seseorang tanpa tahu aslinya seperti apa dan gimana.”

## **Lampiran 11**

### **Hasil Wawancara**

#### **Informan Ahli**

**Reza Andi Anugrah (27)**

#### **Digital Advertiser**

1. Menurut anda, apa motif yang menyebabkan Generasi X menggunakan media sosial Facebook?  
“Motif nya ada salah ajang untuk eksistensi untuk aktivitas kegiatan sehari-hari, selain itu juga menjadi ajang media komunikasi dengan teman sejawat selain menggunakan telepon.”
2. Bagaimana tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh Generasi X menggunakan media sosial Facebook ?  
“Karena Facebook ini dianggap sebagai media komunikasi jadi generasi x ini lebih menganggap platform Facebook ini sebagai hal yang penting. Lalu mereka menjadikan wadah wajib untuk setiap hari nya sebagai bentuk ekspresi diri baik dari kegiatan, pekerjaan, komunitas dan lainnya.”
3. Bagaimana makna penggunaan media sosial Facebook bagi Generasi X?  
“Untuk sebagai makna balik lagi, karena Facebook itu sebagai media komunikasi kalau tadi generasi x ini lebih untuk mengekspresikan diri kegiatan, pekerjaan lainnya melalui update status. Facebook ini maknanya sebagai standarisasi tolak ukur status sosial bisa di lihat dari profile Facebook. Seperti generasi x bisa di lihat status sosial nya dari profile facebooknya sendiri, yang pertama Facebook ini sebagai status sosial, dan yang ke dua adalah untuk mengetahui interest dari generasi x itu sendiri ke arah mana, interest nya lebih ke otomotif kah, mancing atau pun sebagainya.”
4. Apakah anda mempunyai media sosial facebook juga ? sudah berapa lama menggunakan Facebook ini ?

“Saya menggunakan facebook dari pertama kali facebook masuk ke Indonesia sekitar 2006.”

5. Jaman sekarang banyak sekali media sosial yang dibuat, apa penyebab Generasi X ini masih aktif menggunakan Facebook?

“Penyebab nya generasi x ini menggunakan Facebook penerapan nya lebih mudah dibandingkan platform lain dan juga ada beberapa fungsi Facebook juga yang tidak di miliki oleh sosial media lainnya, seperti group, forum dll.”

6. Apa yang membedakan media sosial Facebook dengan media sosial lainnya?

“Di facebook itu bagi mereka media ini sudah sangat lengkap, mulai dari kebutuhannya sudah ada mulai dari alat mengekspresikan dirinya, mencari interest, mencari teman-teman lama dan juga sebagai media komunikasi serta informasi bagi mereka. Tidak seperti media sosial lainnya yang hanya bisa mengirim foto dan vidieo saja.”

7. Selain untuk informasi, apakah facebook digunakan oleh Generasi X untuk bisnis juga?

“Kalau di hitung dari presentase saya sendiri sebagai digital advertiser untuk pengguna bisnis di Facebook umur dari 38-58 mungkin sekitar 10%-20% dari 100, kenapa kecil karena balik lagi penerapan pola pikir generasi x itu lebih simple menggunakan Facebook hanya untuk berkomunikasi, update status dan lainnya, walaupun memang ada yang menggunakan nya sebagai untuk bisnis dan ada juga target nya dari umur generasi x tersebut. Karena generasi x ini sudah mempunyai pekerjaan yang tetap dan bisnis yang tetap tidak perlu dibantu dengan media sosial lagi.”

8. Jika pada nantinya Facebook berhenti beroperasi, menurut anda apakah Generasi X ini akan berpindah menggunakan media sosial lainnya?

“Tergantung, kenapa Facebook berhenti beroperasi, karena pasti ada media sosial lainnya yang lebih mudah. Otomatis generasi x ini pasti berpindah ke platform media sosial lainnya yang lebih mudah untuk kebutuhan mereka, untuk komunikasi, interaksi, dan eksistensi.”

9. Dampak positif dan negatif apa saja jika Generasi X ini sangat aktif menggunakan Facebook?

“Dampak positifnya yang pertama jelas untuk memudahkan komunikasi mereka selain menggunakan telepon dan negatifnya kita bisa mengetahui status sosial si pengguna itu, malah kadang-kadang berlebihan, interaksi offline pun berkurang secara langsung karena lebih berinteraksi secara online dan generasi X banyak termakan berita hoax lalu disebarkan juga ke teman-teman lainnya walaupun berita itu tidak diketahui kredibilitasnya dan sumbernya tanpa ada penyaringan terlebih dahulu.”

10. Jika ada peraturan mengenai undang-undang tentang media sosial, khususnya Facebook. Peraturan apa yang anda ingin terapkan dalam media sosial Facebook?

“lebih dibatasi dari kontennya sih, seperti konten yang layak sesuai umurnya, takutnya ada konten untuk generasi X malah bisa dilihat oleh generasi post milenial atau generasi yang anak-anak sekarang ini.”

## Lampiran 12

### Dokumentasi Bersama Para Informan



Informan Inti I Pengguna Facebook Umur 38-58

Bapak Agus Kurnia (49)



Informan Inti II Pengguna Facebook Umur 38-58

Ibu Wina Tresnawati (49)



Informan Inti III Pengguna Facebook Umur 38-58

Ibu Iis Ratna Dewi Priatin (51)



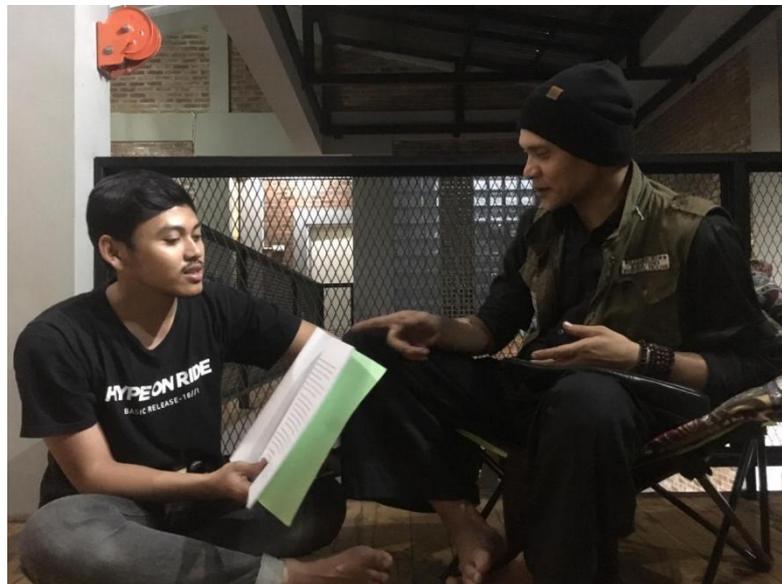
Informan Inti IV Pengguna Facebook Umur 38-58

Ibu Neneng Jubaedah (42)



Informan Inti V Pengguna Facebook Umur 38-58

Bapak Hegu Hemzah (38)



Informan Inti VI Pengguna Facebook Umur 38-58

Bapak Ronny Amarullah (40)



Informan Inti VII Pengguna Facebook Umur 38-58

Ibu Herni Triana (41)



Informan Ahli I

Bapak Agus Wibowo (47) Aktivistis Sosial Media dan Blogger



Informan Ahli II

Reza Andi Anugrah (27) Digital Advertiser





**Informan Inti VIII**

**Adinda Fauziah Da (17) Pelajar**

