

**Motif Lanjut Usia Menengah dalam Menggunakan Media Sosial Facebook
di Kota Bandung**

Motive Of Middle Ages In Using Facebook Social Media In Bandung

Sonia Rachmazin, Dewi K. Soedarsono

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jalan Telekomunikasi, Terusan Buah Batu, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat 40257

soniarachma@student.telkomuniversity.ac.id, soedarsonodewik@telkomuniversity.com

ABSTRAK

Di era revolusi industri 4.0, sudah banyak yang menggunakan akses internet yang telah mengubah pola komunikasi dan gaya hidup di kalangan masyarakat zaman milenial; Selain itu, kebutuhan informasi dan komunikasi bagi seluruh lapisan masyarakat mendorong meningkatnya perkembangan internet; pengguna media sosial setiap tahunnya meningkat dari semua kalangan; Pengguna Facebook sudah banyak digunakan oleh beberapa kalangan, dikarenakan dengan fitur- fitur yang sudah berkembang dan banyak inovasi-inovasi baru yang sangat berguna bagi para pengguna platform Facebook itu tersendiri; Bandung adalah salah satu kota dimana pengguna Facebook terbesar; Dengan banyaknya lanjut usia di Kota Bandung yang masih bekerja atau produktif membuat mereka masih belum mementingkan kesehatannya; Penelitian ini menggunakan Teori Papacharissi dan Rubin yang terdapat lima motif yaitu: Motif Utility, Motif Passing Time, Motif Seeking Information, Motif Convenience, Motif Entertainment: Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apa saja motif lanjut usia menengah dalam menggunakan Facebook di Kota Bandung. Dari hasil penelitian memperoleh bahwa, Motif Utility memperoleh skor persentase sebesar 72.36%; Motif Passing Time memperoleh skor persentase sebesar 79.16%; Motif Seeking Information memperoleh skor persentase sebesar 74.52%; Motif Convenience dengan skor persentase 72.15%; Motif Entertainment mendapatkan skor persentase sebesar 75.89%.

Kata Kunci: Media Sosial, Facebook, Motif, Lanjut Usia, Papacharissi, Rubin

ABSTRACT

In the era of the industrial revolution 4.0, many have used internet access which has changed communication patterns and lifestyles among people in the millennial era; In addition, the need for information and communication for all levels of society encourages the development of the internet; social media users increase every year from all walks of life; Facebook users have been widely used by several groups, because of the features that have been developed and many new innovations that are very useful for users of the Facebook platform itself; Bandung is one of the cities with the largest Facebook users; With so many elderly people in Bandung who are still working or productive, it means that they are not concerned with their health; This study uses the Papacharissi and Rubin theory, which contains five motives, namely: Utility Motive, Team Passing Motive, Seeking Information Motive, Convenience Motive, Entertainment Motive: This research uses descriptive quantitative method, carried out with the aim of knowing what are the motives of middle aged elderly in using Facebook in Bandung. From the research results, it is found that, Motif Utility obtained a percentage score of 72.36%; The Passing Time motive obtained a percentage score of 79.16%; The Seeking Information motif obtained a percentage score of 74.52%; Convenience motive with a percentage score of 72.15%; The Entertainment motif got a percentage score of 75.89%. s

Keywords: *Social Media, Facebook, Motives, Middle Aged, Papacharissi, Rubin*

PENDAHULUAN

Di era revolusi industry 4.0, sudah banyak yang menggunakan akses internet yang telah mengubah pola komunikasi dan gaya hidup di kalangan masyarakat zaman milenial; Selain itu, kebutuhan informasi dan komunikasi bagi seluruh lapisan masyarakat mendorong meningkatnya perkembangan internet; hampir semua pengguna internet menggunakan perangkat *mobile* yang bisa mengakses internet dari tahun ke tahun; penggunaan internet semakin meningkat dan tentunya dengan meningkatnya perkembangan internet khususnya di Indonesia sendiri dapat membantu mengembangkan usaha atau bisnis, pendidikan, dan lain-lain.

Media sosial kini bukanlah suatu hal baru, namun sudah menjadi bagian dari *lifestyle* masyarakat saat ini; Menurut Anang Sugeng (2016:140) dia mempertegas bahwa adanya media

sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat; perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) yang mengakibatkan cara sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan bentuk perilaku diantara kelompok- kelompok dalam masyarakat.

Pengguna Facebook sudah banyak digunakan oleh beberapa kalangan, dikarenakan dengan fitur-fitur yang sudah berkembang dan banyak inovasi-inovasi baru yang sangat berguna bagi para pengguna *platform* Facebook itu tersendiri; fitur terbaru Facebook yang menarik perhatian para pengguna Facebook seperti fitur siaran langsung yaitu fitur dimana pengguna bisa membagikan momen-momen secara langsung kepada pengguna Facebook lainnya; fitur membagikan *story* yang waktu hanya 24 jam saja; selain itu juga Facebook banyak digunakan untuk forum-forum grup untuk berdiskusi.

Dapat dilihat dari pernyataan tersebut bahwa orang tua atau usia menengah saat ini sudah banyak sekali yang menggunakan Pengguna Facebook sudah banyak digunakan oleh beberapa kalangan, dikarenakan dengan fitur-fitur yang sudah berkembang dan banyak inovasi-inovasi baru yang sangat berguna bagi para pengguna *platform* Facebook itu tersendiri; Kaum milenial sudah banyak meninggalkan media sosial Facebook dan beralih ke media sosial lainnya selain Facebook, tetapi masih banyak orang tua atau usia menengah yang menggunakan media sosial Facebook; media sosial ini juga sudah banyak memiliki variasi kegiatan diberbagai kalangan tergantung motivasi-motivasi para pengguna Facebook dalam menggunakannya. Berdasarkan paparan pada latar belakang masalah, maka peneliti tertarik untuk meneliti masalah yang berkaitan dengan judul **“Motif Lanjut Usia Menengah dalam Menggunakan Media Sosial Facebook di Kota Bandung”**

KAJIAN LITERATUR

Komunikasi Intrapersonal

Richard dan Lynn (2010:33) menyatakan bahwa komunikasi intra personal merupakan karakter pandangan dan pengambilan keputusan; Simbol dan makna; Observasi dan atribusi; Keterlibatan dan bujukan ego. Dalam komunikasi intrapersonal ini bisa artikan dengan penggunaan pikiran yang dilakukan dengan diri sendiri. Kegiatan yang biasanya dilakukan dalam komunikasi intrapersonal adalah merenung, bertanya kepada diri sendiri, berpikir, dan lain-lain.

Komunikasi ini juga terjadi biasanya dipikirkan anda bahkan ketika bersama orang sekalipun. Komunikasi di media sosial juga termasuk komunikasi intrapersonal dikarenakan, para pengguna media sosial melakukan status yang diunggah bertujuan untuk menceritakan kepada teman-teman pengguna media sosial dalam kesehariannya.

Motif

Kategori motif yang dijadikan acuan adalah motif pengkonsumsian media menurut Papacharissi dan Rubin (2000) menjelaskan bahwa ada lima motif utama seseorang dalam menggunakan media, khususnya media baru, yaitu:

1. Motif *Utility*, berkaitan dengan fungsi internet atau kegunaan utama dari internet itu sendiri. Motif ini berasal dari keperluan khalayak pada sesuatu dengan harapan hal itu tidak pernah di dapatkan sebelumnya.
2. Motif *Passing Time*, motif ini berkaitan dengan fungsi internet yang diaplikasikan untuk menggunakan dan mengisi waktu luang.
3. Motif *Seeking Information*, motif ini berkaitan dengan informasi yang bisa didapatkan pengguna ketika menggunakan media.
4. Motif *Convenience*, motif ini berhubungan dengan bagaimana menggunakan sebuah media dapat menjadi sebuah alat yang membuat penggunanya merasa terwakili dan melampiaskan segala emosi yang mereka miliki.
5. Motif *Entertainment*, motif ini berhubungan dengan bagaimana menggunakan media dapat menjadi sesuatu yang dapat membuat penggunanya merasa terhibur.

Facebook

Menurut Lintang Patria dan Kristianus Yulianto (2010:10), interaksi atau diskusi pada Facebook dapat dilakukan dengan cara-cara berikut:

- a. *Asynchronous* (pengajar dan pembelajar tidak berada dalam waktu yang bersamaan) - Melalui fitur *message* atau melalui fitur *comment*

- b. *Synchronous* (pengajar dan pembelajar berada dalam waktu yang bersamaan) Interaksi ini dilakukan melalui fitur *chatting* yang ada pada Facebook. Dengan itu pengguna facebook dapat bertukar informasi bersama teman-teman pengguna *platform* ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif; Penelitian deskriptif ini bagaimana penelitian ini diteliti secara lengkap Menurut Siregar (2013:7) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau penyambung dengan variabel yang lain.

POPULASI

Populasi yang diambil oleh peneliti adalah kalangan lanjut usia di Kota Bandung tertulis sebanyak 275.140 jiwa, atau sekitar 11% dari 2.452.179 jiwa total penduduk Kota Bandung (*dilansir pada tanggal 17 Agustus 2020 pada pukul 13.28 WIB* <https://bandung.bisnis.com/read/20200205/549/1197666/kota-bandung-kini-miliki-sekolah-lansia>).

SAMPEL

Peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling* sebab teknik ini dapat memberikan informasi yang diinginkan untuk memenuhi syarat kriteria yang diinginkan oleh peneliti; Berdasarkan penjelasan diatas, maka sampel yang ditentukan peneliti untuk penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut: Berusia 45-59 tahun, paham dalam menggunakan internet, menggunakan media sosial Facebook, merupakan warga Kota Bandung. Maka dari hasil perhitungan rumus memperoleh 100 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Motif (X)

No.	Sub Variabel	Skor Total	Persentase
1.	Motif <i>Utility</i>	1372	72.36
2.	Motif <i>Passing Time</i>	1501	79.16
3.	Motif <i>Seeking Information</i>	1413	74.52
4.	Motif <i>Convenience</i>	1368	72.15
5.	Motif <i>Entertainment</i>	1439	75.89
Jumlah Skor Total		7093	
Persentase		71.28	

(Sumber: Peneliti, 2020)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, bahwa Motif *Utility* memperoleh skor persentase sebesar 72.36% dengan hasil ini, maka Motif *Utility* yang diperoleh termasuk kategori tinggi; Maka dari penjelasan ini menyatakan bahwa, lanjut usia menengah di Kota Bandung perlu menggunakan Facebook untuk kepentingan pribadinya. Data yang diperoleh dari responden menyatakan bahwa, Motif *Passing Time* memperoleh skor persentase sebesar 79.16% dengan jumlah skor tersebut maka Motif *Passing Time* ini termasuk dalam kategori tinggi; Sub variabel ini juga motif paling tertinggi diantara sub variabel lainnya. Sub variable Motif *Seeking Information* memperoleh skor persentase sebesar 74.52% dan skor ini dinyatakan masuk dalam kategori tinggi; Dengan ini, responden menggunakan media sosial Facebook untuk mencari informasi yang tersedia di media sosial Facebook. Data Motif *Convenience* memperoleh dengan skor persentase 72.15% ini dinyatakan masuk dalam kategori tinggi; Dengan inilah, responden sangat tertarik dan merasa nyaman dalam menggunakan media sosial Facebook. Dalam sub variabel Motif *Entertainment* mendapatkan skor persentase sebesar 75.89% dan dengan jumlah tersebut sub variabel ini termasuk dalam kategori tinggi; Dengan skor sub variabel mendapatkan hasil kategori tinggi, pengguna media sosial menggunakannya untuk hiburan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Motif Lanjut Usia Menengah dalam Menggunakan Media Sosial Facebook di Kota Bandung, peneliti membuat kesimpulan seperti berikut:

Berdasarkan dari lima motif yang bertujuan lanjut usia menengah dalam menggunakan media sosial Facebook maka, hal ini pada saat lanjut usia menengah menggunakan Facebook juga mereka bersosialisasi dengan teman maupun kepentingan pribadinya; Mereka juga terbiasa dengan menggunakan media sosial Facebook dalam waktu senggangnya; Melalui media sosial Facebook juga mereka mendapatkan banyak informasi dan selalu *up date* dalam menangkap informasi; Dengan media sosial Facebook ini juga mereka menemukan rasa nyaman ketika bermain Facebook dan mudah untuk digunakan oleh lanjut usia menengah; Lanjut usia menengah juga merasa terhibur dengan adanya media sosial Facebook.

Facebook dapat dikatakan sebagai media sosial yang dapat dijangkau dengan mudah dengan fitur-fitur yang ada di media sosial tersebut; Dengan perkembangan atau inovasi baru dari media sosial Facebook seseorang dapat berkomunikasi serta informasi, dan hiburan dengan mudah dan praktis.

SARAN

Dengan banyaknya pengguna media sosial Facebook khususnya dikalangan lanjut usia menengah sekitar Kota Bandung, peneliti mengharapkan penggunaan media sosial Facebook dapat digunakan secara baik dan bijak dalam memahami pesan dan informasi; Dengan begitu, pernyataan ini bertujuan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dan berbahaya bagi khalayak.

REFERENSI

- Annisa, H. (2012). *Identifikasi Karakteristik Tempat Rekreasi yang Menarik untuk dikunjungi Para Lansia dari Segi Penawaran*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Institut Teknologi Bandung. Vol. 23 No. 2, hlm 103 – 118
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (Vol. 3). Sage Publications, Inc.
- Bungin, B. (2013). Metodologi penelitian sosial dan ekonomi. *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Jalaludin, R. (2001). Psikologi Komunikasi edisi revisi. *PT. Remaja Rosdakarya, Bandung*.
- Maryam, S. (2008). *Menengenal lanjut usia dan perawatannya*. Penerbit Salemba.
- McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory*. California: SAGE Publications Ltd.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017*.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of broadcasting & electronic media*, 44(2), 175-196.
- Patria, L., & Yulianto, K. (2011). Pemanfaatan Facebook untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri. In *dalam Makalah Seminar Nasional FMIPA UT*.
- Rakhmat, J. (1989). Metode Penelitian Komunikasi, *PT. Remaja Karya, Bandung*.

Roberts, C. V. (1983). *The Definition and Delimitation of Intrapersonal Communication: A Physiological Perspective.*

Sadli, S., Mohamad, K., & Sarwono, S. W. (1983). *Di atas 40 tahun: kondisi problematik pria wanita.* Sinar Harapan.

Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif.* Jakarta: kencana.

Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Sugiyono, D. (2008). *Metode penelitian bisnis.* Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.

Sugiyono, D. (2008). *Metode penelitian bisnis.* Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.

Sugiyono, H. (2016). *Metode kualitatif dan kuantitatif. Cetakan ke-23.* Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, P. (2014). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R & D.* Jakarta: Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2013). *Statistik untuk Penelitian.* CV. Alvabeta Bandung