

Penggunaan Media Sosial dan Perilaku Komunikasi Generasi X: Studi Empiris di Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang

Social Media Use And Communication Behavior Of Generation X: An Empirical Study In Tiroang District, Pinrang Regency

***Andi Muhammad Fiqri¹, Nahdiana²**

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

* Email : andimuhfikri08@gmail.com

Keywords:

*Social Media
Communication Behavior
Generation X
Digital Literacy
Uses and Gratifications
Theory*

ABSTRACT

The development of social media has transformed the way individuals communicate, interact, and build social relationships across generations. In this context, Generation X represents an interesting group to study because they have experienced a transition from conventional communication to digital communication. This study aims to analyze the influence of social media use on the communication behavior of Generation X in Tiroang District, Pinrang Regency. A quantitative approach with an associative research design was employed to examine the relationship between the independent variable (social media use) and the dependent variable (communication behavior). Data were collected through structured questionnaires distributed to 351 respondents aged 45–60 years who actively use social media. Data analysis was performed using simple linear regression with the aid of SPSS version 25. The results show that social media use has a positive and significant influence on the communication behavior of Generation X ($R^2 = 0.574$), indicating that 57.4% of the variation in communication behavior is explained by social media use, while the remaining 42.6% is influenced by other factors. The study highlights Generation X's ability to adapt to the digital communication environment without losing their inherent social and cultural values. Furthermore, it emphasizes the importance of enhancing digital literacy to promote more ethical, critical, and productive use of social media among middle-aged users.

Kata Kunci:

*Media Sosial;
Perilaku Komunikasi;
Generasi X ;
Literasi Digital;
Teori Uses and
Gratifications*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun relasi sosial di berbagai lapisan generasi. Dalam konteks ini, Generasi X menjadi kelompok menarik untuk dikaji karena mereka mengalami transisi dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku komunikasi Generasi X di Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menguji hubungan antara variabel independen (penggunaan media sosial) dan variabel dependen (perilaku komunikasi). Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada 351 responden berusia 45–60 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku

komunikasi Generasi X ($R^2 = 0,574$), yang berarti bahwa 57,4% variasi perilaku komunikasi dijelaskan oleh penggunaan media sosial, sementara 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini menegaskan kemampuan adaptasi Generasi X terhadap lingkungan komunikasi digital tanpa menghilangkan nilai-nilai sosial dan budaya yang mereka miliki. Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan literasi digital guna mendorong penggunaan media sosial yang lebih etis, kritis, dan produktif di kalangan pengguna usia menengah.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Media sosial sebagai bagian dari transformasi teknologi komunikasi modern kini menjadi ruang utama bagi masyarakat dalam berbagi informasi, berpendapat, serta membangun relasi sosial tanpa batas ruang dan waktu. Fenomena ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai medium pembentuk perilaku sosial dan budaya masyarakat di era digital (Watie & Setya, 2016). Namun, kemajuan ini juga memunculkan berbagai persoalan sosial, seperti penyebaran informasi palsu (hoaks), penurunan kualitas interaksi tatap muka, serta perubahan pola komunikasi antar generasi (Kaplan & Haenlein, 2010).

Permasalahan faktual yang muncul di lapangan menunjukkan bahwa generasi X — kelompok individu yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980 — kini turut aktif menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari (Pew Research Center, 2021). Di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang, fenomena ini tampak dari meningkatnya penggunaan platform seperti Facebook dan WhatsApp di kalangan masyarakat berusia 45–60 tahun. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan sumber informasi. Namun, seiring meningkatnya penggunaan media sosial, muncul pula pergeseran perilaku komunikasi, seperti menurunnya intensitas komunikasi tatap muka, meningkatnya ketergantungan pada media digital, serta perubahan dalam cara menyampaikan pendapat dan menerima informasi. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana penggunaan media sosial memengaruhi perilaku komunikasi generasi X di lingkungan sosialnya.

Secara konseptual, penelitian ini berlandaskan pada teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1959), yang menjelaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sosial, psikologis, dan kognitif tertentu (Karunia H et al., 2021). Dalam konteks media digital, teori *Uses and Gratifications* telah berkembang menjadi *Uses and Gratification 2.0* yang menekankan interaktivitas dan partisipasi pengguna (Sundar & Limperos, 2013). Dalam konteks ini, generasi X menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, serta interaksi sosial (Kemp, 2022). Namun, teori ini juga membuka ruang analisis untuk melihat bagaimana motif dan intensitas penggunaan media dapat memengaruhi perilaku komunikasi individu di ruang digital. Penggunaan teori ini relevan untuk memahami pola adaptasi generasi X terhadap perubahan teknologi, khususnya dalam membentuk sikap, tindakan, dan hubungan interpersonal melalui media sosial.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku komunikasi generasi X di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana media sosial

menjadi faktor penentu dalam membentuk pola komunikasi generasi X di era digital, baik dalam aspek pemahaman, tindakan komunikasi, pengaruh terhadap sikap, maupun hubungan interpersonal.

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya peran media sosial dalam kehidupan masyarakat, termasuk kelompok usia menengah yang sebelumnya tidak tumbuh bersama teknologi digital. Generasi X memiliki karakteristik unik karena mereka mengalami dua era komunikasi-analog dan digital-sehingga studi terhadap kelompok ini dapat memberikan gambaran tentang proses adaptasi komunikasi lintas generasi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam pengembangan literasi digital dan kebijakan komunikasi masyarakat, khususnya bagi kelompok usia dewasa yang kini semakin aktif bermedia sosial.

Kekhasan atau novelty dari penelitian ini terletak pada lokasi, pendekatan, dan fokus variabel yang digunakan. Sebagian besar penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Hartawan, 2019; Reza & Amanda, 2024; Sri Laila Afrika & Ratu Mutialela, 2020), berfokus pada perilaku komunikasi generasi X secara umum atau hanya membahas satu platform tertentu seperti *Facebook*. Penelitian ini berbeda karena meneliti fenomena pada wilayah spesifik, yaitu Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang, dengan melibatkan berbagai platform media sosial (*Facebook, WhatsApp, dan Instagram*) menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis regresi sederhana. Dengan demikian, penelitian ini mengisi research gap berupa kurangnya kajian empiris yang membahas hubungan langsung antara tingkat penggunaan media sosial dengan perilaku komunikasi generasi X secara terukur di wilayah pedesaan.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami bagaimana penggunaan media sosial memengaruhi dinamika perilaku komunikasi generasi X di tengah masyarakat digital. Selain memperkaya khazanah kajian komunikasi, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi praktis bagi pengambil kebijakan, pendidik, serta masyarakat dalam mendorong pemanfaatan media sosial yang lebih produktif, etis, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara dua variabel, yaitu penggunaan media sosial (variabel independen) dan perilaku komunikasi generasi X (variabel dependen), dengan menggunakan data numerik yang diolah secara statistik. Pendekatan ini dianggap tepat karena mampu memberikan hasil yang objektif, terukur, dan dapat digeneralisasikan. Jenis penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel, sehingga dapat menjelaskan sejauh mana penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku komunikasi generasi X di Kecamatan Tiroang Kabupaten Pinrang (Creswell, 2003).

Desain penelitian yang digunakan adalah survey kuantitatif, di mana data dikumpulkan langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang yang dipilih karena wilayah ini memiliki populasi Generasi X yang cukup besar dan aktif menggunakan media sosial. Selain itu, karakteristik sosial masyarakatnya yang beragam memberikan peluang bagi peneliti untuk memperoleh data yang representatif mengenai pola komunikasi dan perilaku digital generasi X.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang termasuk dalam kategori Generasi X (lahir antara tahun 1965–1980) dan berdomisili di Kecamatan Tiroang,

Kabupaten Pinrang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pinrang (2010), jumlah populasi Generasi X di wilayah tersebut adalah 2.860 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah proportionate stratified random sampling, karena populasi Generasi X di Kecamatan Tiroang tersebar di beberapa desa dengan jumlah yang berbeda. Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 351 responden. Pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yaitu kategori usia Generasi X (45–60 tahun), berdomisili di Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang, aktif menggunakan media sosial minimal satu platform (*Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, atau sejenisnya), dan bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Analisis data dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan, yaitu pengelompokan data berdasarkan variabel dan karakteristik responden, penyusunan tabulasi data hasil kuesioner, serta pengolahan data untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas (Hair Jnr et al., 2010) dan analisis regresi linear sederhana (Field, 2024) yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 351 responden Generasi X di Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang. Berdasarkan hasil survei, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (56%), sedangkan laki-laki sebesar 44%. Dari segi usia, responden terbanyak berada pada rentang 50–52 tahun (55,8%), disusul usia 53–56 tahun (33,6%). Sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMP dan SMA (67%), dengan pekerjaan dominan sebagai ibu rumah tangga dan petani/peternak, yang menggambarkan kondisi sosial masyarakat semi-rural dengan aktivitas digital yang cukup tinggi.

Responden penelitian diketahui aktif menggunakan media sosial setiap hari, dengan durasi rata-rata lebih dari satu jam per hari (73%). Platform yang paling sering digunakan adalah Facebook (72%), diikuti oleh WhatsApp (64%) dan Instagram (27%). Tujuan utama penggunaan media sosial yaitu untuk memperoleh informasi (78%), berkomunikasi dengan teman dan keluarga (74%), serta mencari hiburan (65%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 21 butir pernyataan, seluruh item menunjukkan nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari r tabel (0,100) pada taraf signifikansi 0,05, sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,777 untuk variabel penggunaan media sosial (X) dan 0,772 untuk variabel perilaku komunikasi (Y). Keduanya melebihi batas minimum 0,70 (Hair et al., 2019, hlm. 67), sehingga instrumen penelitian dianggap reliabel.

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial (X) terhadap perilaku komunikasi generasi X (Y). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.758 ^a	.574	.573	5.13161

Sumber: Data Primer, 2025 (diolah dengan SPSS 25)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku komunikasi Generasi X. Nilai R^2 sebesar 0.574 berarti 57,4% variasi perilaku komunikasi dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial, sementara 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y=7,027+1,099X$$

Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam intensitas penggunaan media sosial akan meningkatkan perilaku komunikasi sebesar 1,099 poin.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku komunikasi Generasi X. Temuan ini menjawab rumusan masalah bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial, semakin meningkat pula aktivitas komunikasi, keterbukaan, serta kemampuan Generasi X dalam beradaptasi terhadap teknologi digital.

Pembahasan

Menurut teori *Uses and Gratifications* (Katz et al., 1973), individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Dalam konteks penelitian ini, Generasi X menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan hubungan sosial di tengah perubahan gaya hidup modern (Malacopo & Andriansyah, 2022). Hasil penelitian mendukung konsep tersebut, di mana mayoritas responden menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan keluarga, mencari hiburan, dan memperoleh informasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Hartawan, 2019) yang menyatakan bahwa Generasi X memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook, untuk membangun kembali relasi sosial yang sempat terputus dan sebagai sarana ekspresi diri. Penelitian (Sri Laila Afrika & Ratu Mutialela, 2020) juga menunjukkan bahwa Generasi X lebih mampu mengontrol penggunaan media sosial dibanding generasi milenial, karena tumbuh di masa transisi antara komunikasi tradisional dan digital.

Selain itu, hasil penelitian ini didukung oleh temuan (Reza & Amanda, 2024) bahwa Generasi X cenderung lebih kritis dalam menanggapi informasi daring dan tidak mudah terpengaruh oleh hoaks. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman hidup dan kematangan usia memengaruhi cara Generasi X memanfaatkan media sosial secara rasional dan selektif.

Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial berkontribusi terhadap empat aspek utama perilaku komunikasi, yaitu (1) pemahaman: media sosial membantu Generasi X memahami isu-isu sosial dan memperluas wawasan; (2) tindakan: media sosial mendorong partisipasi aktif dalam diskusi publik dan kegiatan sosial; (3) sikap: paparan informasi digital memengaruhi sikap terbuka dan adaptif terhadap perubahan sosial; (4) hubungan interpersonal: media sosial memperkuat jaringan sosial dan menjaga komunikasi jarak jauh dengan keluarga atau teman lama.

Dari sisi teoritis, hasil ini memperkaya penerapan teori *Uses and Gratifications* dalam konteks lintas generasi, terutama pada kelompok usia menengah di wilayah semi-rural. Sementara dari sisi praktis, penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan program literasi digital dan strategi komunikasi masyarakat yang ramah generasi.

Hasil ini juga memperlihatkan adanya novelty (keunikan) dalam konteks penelitian — yaitu pada lokasi dan pendekatan yang digunakan. Sebagian besar studi terdahulu (misalnya Hartawan, 2019; Dewi, 2019) dilakukan di wilayah perkotaan dengan pendekatan kualitatif. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif berbasis data lapangan di daerah pedesaan, yang memberikan gambaran empiris lebih luas tentang perilaku komunikasi Generasi X di luar konteks urban. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada pendekatan kuantitatif yang belum mampu menggali makna subjektif pengalaman pengguna media sosial secara mendalam.

D. SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku komunikasi Generasi X di Kecamatan Tiroang, Kabupaten Pinrang, dengan nilai determinasi sebesar 57,4%. Generasi X mampu beradaptasi dengan teknologi digital dan memanfaatkan media sosial untuk menjaga hubungan interpersonal, memperoleh informasi, serta mengekspresikan diri. Temuan ini memperkuat teori *Uses and Gratifications* yang menekankan peran aktif individu dalam pemilihan media. Penelitian ini juga menyoroti bahwa penetrasi media sosial telah meluas hingga wilayah semi-rural, memberikan kontribusi empiris terhadap kajian komunikasi lintas generasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah, akademisi, dan praktisi komunikasi untuk merancang program literasi digital yang inklusif bagi Generasi X. Upaya tersebut penting untuk memastikan bahwa penggunaan media sosial dapat mendukung komunikasi yang sehat, produktif, dan beretika di tengah arus informasi digital yang semakin kompleks.

REFERENSI

- Creswell, J. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods*. Sage Publications.
- Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage publications limited.
- Hair Jnr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*.
- Hartawan, Y. (2019). Fenomena Kalangan Pengguna Media Sosial Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Kalangan Pengguna Media Sosial Facebook Generasi X Di Kota Bandung). *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(1), 27–37.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2021: Global overview report*.
- Malacopo, M. S., & Andriansyah, A. (2022). Pengaruh Konten Viral Avoskin Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Pengguna Tiktok Di Kota Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(1).
- Reza, M., & Amanda, D. (2024). Pengaruh Media Sosial Facebook Pada Penyebaran Informasi Hoaks Terhadap Generasi X Di Desa Setu Sari Kecamatan Cileungsi. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 19139–19149.
- Sri Laila Afrika, D., & Ratu Mutialela, C. (2020). *Perilaku Generasi X dan Generasi Milenial Dalam Penggunaan Media Sosial*.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Watie, E., & Setya, ka D. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>