

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

TikTok mengalami perkembangan pesat dan menjadi ledakan popularitas beberapa tahun terakhir. Temuan Laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* menunjukkan pada tahun 2022, TikTok mengalahkan popularitas Facebook dan Instagram secara global, serta menjadi aplikasi yang paling sering dibuka (Annur, 2023b). Lebih lanjut, laporan yang dipublikasi oleh Firma Riset Statistika pada Agustus 2024 yang berjudul "*Countries with the largest TikTok audience as of July 2024*" menyatakan jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta pada Juli 2024. Jumlah ini pada tahun sebelumnya hanya 113 juta pengguna, dan mengalahkan total pengguna media sosial TikTok di Amerika Serikat yang hanya 120,5 juta pengguna (Octaviana, 2024). Popularitas media sosial TikTok di Indonesia ditandai dengan jumlah pengguna yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Pengguna TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata waktu menggunakan aplikasi selama 23,5 jam per bulan dan diikuti oleh aplikasi lainnya seperti Youtube, Facebook, dan Whatsapp (Annur, 2023a). Data statistik menunjukkan pada tahun 2024, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 78,32%, hampir dua kali lipat peningkatan jika dibandingkan tahun 2017 yang hanya 47,03% (Yonatan, 2023). Laporan *We are Social* mencatat terdapat sebanyak 167 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, di mana sebanyak 153 juta mayoritas penggunanya berusia 18 ke atas (Widi, 2023). Sementara itu, sebanyak 78,62% penduduk Sumatera Barat menggunakan internet untuk mengakses media sosial/jejaring sosial (BPS Sumatera Barat, 2024). Data Reportal menunjukkan TikTok sudah menempati urutan pertama sebagai media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia pada bulan April 2024 yaitu sebanyak 127 juta pengguna (Annur, 2024). Mayoritas pengguna

TikTok didominasi oleh kalangan anak muda yaitu berada pada rentang usia 18-24 tahun yang mencapai 34,9%, disusul usia 25-34 tahun sebesar 28,2%, dan usia remaja 13-17 tahun sebesar 14,4% dari total pengguna pada tahun 2022 (Santika, 2023). Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa keberadaan media sosial TikTok memunculkan fenomena “demam TikTok” di mana para penggunanya secara masif menggunakan TikTok dengan berbagai tujuan.

TikTok menyajikan video konten yang ringkas, menarik, dan mudah dipahami (Setiawan & Nabila, 2022). Daya tarik TikTok terdapat pada fitur *For You Page* (FYP) yang akan ditampilkan pada halaman beranda setiap pengguna. Fitur tersebut merupakan puncak tertinggi kepuasan setiap pembuat konten, dimana video yang masuk ke halaman *For You Page* (FYP) akan memiliki jumlah tayangan dan *likes* dengan jumlah yang besar. TikTok juga menawarkan fitur belanja online *TikTok Shop* yang memudahkan pengguna untuk berbelanja praktis (Gunawan Perdi, 2024). Selain itu, TikTok populer di kalangan aktor/aktris, dan selebgram Indonesia, menjadikan platform tersebut semakin digemari oleh berbagai lapisan masyarakat (Setiawan & Nabila, 2022).

Lebih lanjut, terdapat dua jenis pengguna TikTok yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Pengguna aktif, yaitu pengguna yang secara aktif membagikan unggahan konten selama periode tertentu. Sedangkan pengguna pasif adalah pengguna yang tidak membagikan unggahan konten apapun dan menggunakan TikTok hanya sebagai media hiburan di waktu luang atau sekedar mencari informasi (Gunawan Perdi, 2024).

Bahasan penggunaan TikTok memang lebih populer pada kalangan Generasi muda seperti Generasi Milenial dan Generasi Z. Salah satunya faktor penyebabnya yaitu perbedaan preferensi dalam memanfaatkan media sosial berdasarkan kelompok usia. Menurut Marc Prensky (2001) generasi muda seperti Generasi Y dan Generasi Z dikenal dengan istilah “*Digital Native*” yaitu kelompok yang sudah tumbuh ditengah perkembangan teknologi yang

sudah canggih (Khairani et al., 2022). Generasi ini memang lebih menyukai konten visual dan interaktif seperti video visual, *music streaming*, media sosial dan berbagai platform yang bergambar lainnya. Biasanya mereka lebih condong kepada sesuatu yang sedang tren dan populer seperti kebanyakan yang ditampilkan pada platform TikTok. Biasanya generasi muda menggunakan TikTok untuk mencari hal-hal tertentu terkait gaya hidup, kesehatan, maupun rekomendasi tempat-tempat terbaru yang akan mereka kunjungi (Alamsyah et al., 2023).

Sedangkan Marc Prensky (2001) menyebut “*Digital Immigrant*” yaitu mereka yang berupaya mempelajari teknologi di usia yang telah dewasa. Kelompok ini tumbuh tanpa diiringi dengan keberadaan teknologi canggih sebelumnya (Kagan, 2023). Kalangan ini merasa nyaman memanfaatkan media konvensional dan menyukai konten yang bersifat informatif yang bersumber dari media resmi seperti TV, media cetak, berita, artikel, blog, dan konten resmi lainnya yang memiliki tingkat validitas tinggi (Razzina Ainun Nisa et al., 2024). Salah satu bagian dari *Digital Immigrant* adalah Generasi X.

Generasi X merupakan mereka yang lahir pada tahun 1965 hingga tahun 1980 atau berada di rentang usia 44 hingga 55 tahun. Meskipun Generasi X sering dianggap sebagai kelompok yang kurang akrab dengan teknologi, namun mereka memiliki kemampuan beradaptasi yang cukup baik. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang pendidikan, sosial kultural, hingga profesi yang mereka jalani (Ruswandi et al., 2023). Generasi X menunjukkan peningkatan signifikan pada penggunaan teknologi dan media sosial pada saat pemulihan masa pandemi COVID- 19 (Simanjuntak et al., 2021).

Sebelum kemunculan media sosial populer dan kekinian seperti TikTok. Mayoritas Generasi X mengawali pengalaman penggunaan media sosial dan membangun interaksi melalui media sosial Facebook. Generasi X beradaptasi memanfaatkan platform Facebook untuk berbagai hal seperti sebagai tempat berekspresi, ruang publik dan dukungan sosial,

jaringan usaha/bisnis, dan menambah pendapatan (Anggriawan & Wulindari, n.d.). Namun, sebagian pengguna Facebook mulai beralih meninggalkan Facebook dan sebaliknya Facebook diminati oleh kalangan orang tua. Hal ini di dukung oleh riset *E-marketer* dalam (Hartawan, 2019) menyatakan pengguna internet yang berusia 12 - 17 tahun tidak tertarik lagi menggunakan Facebook dan sebanyak 500 ribu penggunanya berusia 55 tahun ke atas. Fenomena ini semakin relevan ketika penyebaran berita hoaks di Facebook yang sudah tidak terkendali, sehingga mendorong Generasi X untuk menggunakan aplikasi alternatif lain, salah satunya Tiktok (Ruswandi et al., 2023).

Tabel 1.1 Penggunaan Media Sosial berdasarkan usia

Jenis Aplikasi	Generasi			
	Gen Z (1997-2012/> 27 tahun)	Milenial (1981-1996/ usia 28-43 tahun)	Gen X (1965-1980/ usia 45-60 tahun)	Baby Boomers (1946-1964/ Usia 60-78 tahun)
Facebook	51,64%	74,09%	66,30%	56,59%
Instagram	51,90%	22,14%	12,91%	12,79%
Youtube	38,63%	53,42%	62,91%	61,63%
Tiktok	46,84%	31,72%	23,66%	13,57%
Twitter	1,98%	0,727%	0,39%	0,00%
Linkdin	0,08%	0,03%	0,00%	0,00%

Sumber: Survey APJII 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat Generasi X menunjukkan keterlibatannya dalam menggunakan media sosial TikTok dengan persentase sebesar 23,66% (Krisno Wisnuadi, 2024). Pengalaman Penggunaan TikTok oleh Generasi X menjadi menarik untuk diteliti karena generasi ini merupakan kelompok yang berada pada persimpangan peralihan teknologi, antara era tradisional dan era digital. Mereka tumbuh ketika terjadi perubahan penuh antara teknologi, sosial, dan ekonomi yang terjadi secara signifikan. Hal ini ditandai dengan pada tahun 1980 Teknologi mengalami perkembangan seperti munculnya PC (*Personal Computer*), Ponsel

analog, *Video Games*, *Tv*, hingga munculnya *Internet* (Alamsyah et al., 2023). Sehingga keterlibatan *Generasi X* dalam menggunakan *TikTok* menawarkan perspektif menarik dalam pandangan sosiologis tentang bagaimana pengalaman dan pemaknaan mereka selama menjadi pengguna aktif di media populer seperti *TikTok*.

Fenomena keterlibatan *Generasi X* sebagai pengguna aktif *TikTok* juga ditemukan dalam aktivitas anggota komunitas *Sapa_Young*, di kota Padang. Komunitas ini berfungsi sebagai ruang pemberdayaan perempuan khususnya kalangan usia tua seperti *Generasi X* yang mendorong anggotanya untuk tetap produktif dan aktif di usia dewasa, salah satunya dengan berbagai kegiatan kreatif terutama di bidang rajutan. Kehadiran komunitas ini tidak hanya memperlihatkan sisi kreatif *Generasi X* dibidang rajutan, melainkan juga ditemukan fenomena mayoritas *Generasi X* aktif membangun identitas digital dengan memanfaatkan media sosial *TikTok*. Meskipun fokus komunitas bukan pada bidang teknologi, namun kehadiran komunitas ini dan anggota didalamnya mendorong satu sama lain untuk memanfaatkan *TikTok* sebagai media yang tidak hanya digunakan secara pasif, melainkan mengambil peran yang lebih jauh sebagai content creator dengan ragam tema konten, mulai dari rajutan, masakan, afiliasi, hingga hiburan ringan. Hal ini menunjukkan bagaimana komunitas kelompok sebaya dapat mendorong *Generasi X* untuk mengatasi keterbatasan mereka sebagai kelompok *Digital Immigrant*, sekaligus membangun pengalaman digital mereka di media sosial.

Generasi X memiliki kemampuan yang bervariasi dalam menguasai teknologi yang dipengaruhi oleh faktor pekerjaan dan tingkat pendidikan. Hal tersebut tidak selalu menjamin kematangan *Generasi X* dalam memahami media sosial. Hasil penelitian Yuliasuti (2023) mengungkapkan bahwa *Generasi X* dengan jenjang pendidikan terakhir Sarjana menunjukkan kemampuan literasi yang tinggi hanya pada fitur Facebook, sedangkan kemampuan literasi pada fitur Instagram masih dikategorikan rendah (Yuliasuti, 2023). Temuan ini menimbulkan pertanyaan mengenai proses keterlibatan awal *Generasi X* sebelum menjadi pengguna aktif di

TikTok dikarenakan TikTok memiliki dimensi yang berbeda dengan media sosial lain yang sebelumnya pernah digunakan oleh Generasi X seperti Facebook dan Instagram. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk meneliti **Pengalaman *Digital Immigrant* menggunakan Media Sosial (Studi terhadap Generasi X sebagai Pengguna Aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Popularitas media sosial TikTok menarik perhatian Generasi X untuk berpartisipasi aktif dalam menggunakan TikTok. Dimana sebelumnya generasi ini lebih akrab dengan Facebook sebagai media sosial utama mereka. Fenomena ini menjadi unik ketika Generasi X sebagai seorang "*Digital Immigrant*" ingin tetap aktif menampilkan dirinya di media sosial baru seperti TikTok yang mayoritas penggunanya diisi oleh Generasi muda. Setiap Generasi termasuk Generasi X memiliki karakteristik diikuti dengan nilai, norma, dan cara pandang yang mempengaruhi pola perilaku dan pemaknaan mereka terhadap penggunaan media sosial TikTok. Pengalaman Generasi X dalam menggunakan media sosial TikTok tidak sekedar menunjukkan aktivitas penggunaan media digital, tetapi mengandung motif dan pemaknaan sosial tertentu yang dipahami melalui pengalaman subjektif mereka sendiri.

Dari uraian yang telah disampaikan di atas, penelitian ini mengkaji lebih mendalam mengenai pengalaman-pengalaman Generasi X Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang sebagai pengguna TikTok. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji *Because Motive* (motif sebab) dan *In order to Motive* (motif tujuan) yang mendasari Generasi X menampilkan dirinya pada media sosial TikTok. Maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah "**Bagaimana Pengalaman *Digital Immigrant* menggunakan Media Sosial (Studi terhadap Generasi X sebagai Pengguna Aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang)?**"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mendeskripsikan Pengalaman *Digital Immigrant* menggunakan Media Sosial (Studi terhadap Generasi X sebagai pengguna aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang).

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan proses keterlibatan Generasi X sebagai pengguna aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang
- b. Mendeskripsikan *because motive* Generasi X sebagai pengguna aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang.
- c. Mendeskripsikan *in order to motive* Generasi X sebagai pengguna aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan rujukan bagi peneliti selanjutnya, serta dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan Sosiologi khususnya pada Sosiologi Digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Generasi X, untuk membantu Generasi X dalam memahami penggunaan media sosial TikTok sebagai media untuk menampilkan diri secara positif dan kreatif, serta dapat memanfaatkan media sosial dengan bijak.

2. Bagi Pembaca, dapat memberi wawasan baru terkait pentingnya memahami perilaku Generasi X di media sosial TikTok.
3. Bagi Pemerintah, menjadi rekomendasi bagi pemerintah dalam merancang program literasi digital yang lebih inklusif bagi kelompok usia yang berbeda-beda.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Konsep Media Sosial

Menurut McLuhan dalam (Anggriawan & Wulindari, n.d.) menyatakan bahwa media merupakan suatu medium yang digunakan untuk berkomunikasi yang berisikan pesan-pesan. Era saat ini, media digital membawa pengaruh bergantinya pola komunikasi media konvensional ke media digital dalam memperoleh atau menyebarkan informasi yang didukung oleh kemajuan teknologi. Lebih lanjut, media sosial merupakan sebuah alat yang mendukung penggunaannya dalam melakukan interaksi sosial menggunakan teknologi. Hal ini juga didukung oleh pendapat Kaplan dan Michael Haenlein yang menyatakan bahwa media sosial sebagai sebuah aplikasi berbasis internet yang didasari sebuah ideologi yang didukung dengan teknologi web 2.0, sehingga memungkinkan penggunaannya membangun jejaring sosial. Dalam media sosial seseorang bisa berpartisipasi, berbagi sesuatu, atau menciptakan unggahan berupa blog, wiki dan membentuk forum dalam dunia maya (Rafiq, 2020).

Media sosial juga didefinisikan sebagai sebuah platform yang memberi ruang kepada pengguna untuk dapat merepresentasikan dirinya dengan berkomunikasi atau berinteraksi dengan pengguna lain sehingga membentuk suatu ikatan sosial secara virtual (Aldila Safitri et al., 2021). Media sosial menjadi terobosan baru dalam internet, tidak hanya sebagai media informasi dan hiburan juga menjadi media dimana pengguna dapat mengaktualisasikan dirinya kepada khalayak publik. Tentu hal ini memunculkan jenis interaksi sosial baru berbasis digital yang berbeda dengan sebelumnya harus tatap muka secara langsung atau *face to face communication* (Duta, 2022). Widada menyatakan bahwa media sosial difokuskan pada

presensi pengguna yang menjembatani hubungan sosial antar pengguna secara online (Pengabdian & Masyarakat, 2023).

Adapun enam klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein yaitu: 1) Proyekti kolaborasi, adalah website dimana pengguna dapat mengubah,menambah isi yang ada didalam website tersebut, contohnya Wikipedia. 2) Blog dan Microblog, yaitu berisi curhatan atau kritikan yang mana pengguna secara bebas dapat berekspresi, contohnya twitter. 3) konten, yaitu pengguna dapat membagikan konten seperti video, ebook, gambar,dll contohnya youtube. 4) situs jejaring sosial, yaitu aplikasi yang terhubu dengan orang lain seperti Facebook. 5) *Virtual Game Word*, dimana seseorang dapat membentuk dunia virtual dalam bentuk avatar yang sama dengan dunia nyata, misalnya game online. 6) *Virtual Social Word*, dimana pengguna dapat merasa hidup di dunia virtualnya, contohnya *second life* (Rafiq, 2020).

Untuk memperkuat pemahaman mengenai jenis-jenis media sosial, Tongkotow,dkk. 2022 mengkategorikan lima jenis media sosial yaitu: 1) Aplikasi media sosial berbagi video (*Video Sharing*), yaitu aplikasi berbagi video tertentu secara efektif seperti *Youtube*, *Vimeo*, dan *Dayly Motion*. 2) Aplikasi media sosial Mikroblog, seperti *twitter* dan *tumblr*. 3) Aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial, misalnua Facebook, *google plus*, dan *path*. 4) Aplikasi berbagi jaringan professional, umumnya digunakan untuk kalangan akademis seperti mahasiswa, dosen, dan sebagainya, misalnya *LinkedIn*, *Scribd*, dan *Slideshare*. 5) Aplikasi berbagi foto, seperti *Pinterest* (Assa Riswan, 2022).

Lebih lanjut, salah satu jenis aplikasi media sosial adalah TikTok. TikTok merupakan salah satu jenis media sosial yang menyajikan Video visual berdurasi pendek (15 detik) yang diiringi dengan musik populer. Aplikasi ini memfasilitasi seseorang untuk dapat membuat unggahan atau konten dalam menampilkan kehidupan sehari-hari atau hal apapun seperti video

menari, promosi, music, tulisan-tulisan, ataupun foto yang disajikan dalam bentuk video berdurasi pendek (Aldila Safitri et al., 2021).

TikTok diciptakan oleh Zhang Yimin tepatnya berasal dari perusahaan Cina. awal mulanya aplikasi ini dinamakan *Douyin* (gabungan video dengan *musically*) dan diresmikan pada September 2016. Tujuan awal pembuatan TikTok adalah untuk memberi ruang kreativitas seseorang dari berbagai negara melalui ponselnya. TikTok menjadi aplikasi yang menarik perhatian dunia karena menyajikan kemudahan dalam membuat video pendek sehingga menjadikannya aplikasi ini kekinian dan unik dalam hal membagikan video terbaik yang dapat diakses seluruh dunia (Aldila Safitri et al., 2021). TikTok menjadi aplikasi yang memudahkan penggunanya untuk membuat dan membagikan video kreatif dengan fitur menarik yang tersedia seperti penggunaan music, filter dan lainnya (Duta, 2022). Di Indonesia sendiri, TikTok sempat mengalami pemblokiran selama tiga bulan sejak 3 Juli 2018 akibat banyaknya pengaduan dari masyarakat tentang video-video yang tidak mendidik dan ditindaklanjuti oleh Kementerian Informasi dan Komunikasi (Kominfo) (Aldila Safitri et al., 2021). Aplikasi ini melewati serangkaian pemantauan dan setelah memenuhi 10 syarat standar yang diberikan oleh Kominfo, TikTok kembali diizinkan penggunaannya di Indonesia. Dari saat itu TikTok terus mengalami perkembangan dan peningkatan jumlah penggunanya. TikTok menjadi salah satu media sosial yang dimanfaatkan penggunanya untuk dapat mengekspresikan dan menampilkan citra diri pengguna berbasis video berdurasi singkat dan mudah dipahami penontonya (Duta, 2022).

1.5.2 Konsep Pengguna Aktif

Penggunaan media sosial merupakan sebuah bentuk keikutsertaan seseorang berkaitan dengan aktivitas penggunaan media sosial seperti frekuensi dan banyaknya waktu yang digunakan untuk mengakses media sosial, serta jumlah pertemanan yang dibentuk (Iswanto et al., 2021). Individu yang sering menggunakan media sosial didorong oleh suatu motif sosial

dipengaruhi oleh faktor kebutuhan baik berasal dari dalam diri individu itu sendiri maupun faktor sosial seperti keinginan mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial, membutuhkan informasi, rasa saling memiliki, serta faktor emosional (Pratama & Sari, 2020). Penggunaan media sosial juga mengacu pada proses aktivitas apapun yang dilakukan individu pada penggunaan ponsel untuk berkreasi, berfikir, berdebat, serta menjalin pertemanan baru. Penggunaan tersebut juga melibatkan intensitas, frekuensi dan durasi penggunaan (Nafisah & Jannah, 2024).

Penggunaan media sosial dibagi menjadi dua tipe pengguna yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Menurut (Woods & Scott, 2016) dalam (Woran et al., 2021) menjelaskan bahwa pengguna media sosial dapat dibedakan berdasarkan seberapa aktif atau pasif pengguna dalam menggunakan media sosial. Pengguna aktif ataupun pasif dapat dibedakan berdasarkan bagaimana pengguna menggunakan media sosial tersebut. Pengguna aktif dalam hal ini dikategorikan sebagai individu dengan penggunaan yang tinggi, sebaliknya pengguna pasif berada dalam kategori penggunaan yang rendah dalam menggunakan media sosial.

Lebih lanjut, menurut Wu & Srite, 2021 dalam (Prawiro et al., 2024) secara umum aktivitas dalam media sosial juga dibagi menjadi aktivitas aktif dan aktivitas pasif. Aktivitas aktif merujuk kepada kegiatan berupa interaksi, komunikasi, dan pembuatan konten, dimana individu merasa memiliki koneksi dengan individu lainnya. Aktivitas aktif ditandai oleh beberapa aspek seperti mengakses media sosial dengan menggunakan akun pribadi yang sudah *log-in* di media sosial tersebut, rutin mengunggah konten atau *update* status (seperti video, postingan, *story*) secara berkala dalam waktu tertentu, serta sering berinteraksi (berkirim pesan, komentar, *likes*) dengan orang lain.

Sebaliknya, aktivitas pasif dalam media sosial merujuk kepada kegiatan yang hanya berperan sebagai *observer* atau pengamat layaknya penonton di media sosial. Aktivitas pasif

ditandai dengan individu hanya mengosumsi konten pada akun lain (menggulir beranda maupun melihat story), aktivitas lebih mengacu kepada hanya menyimak dibandingkan berinteraksi aktif, serta tidak terlibat dalam membagikan konten atau unggahan apapun ketika mereka menggunakan media sosial (Prawiro et al., 2024).

Dalam penelitian ini, pengguna aktif media sosial dijadikan sebagai subjek utama penelitian, khususnya pengguna aktif pada media sosial TikTok. Setiap individu yang memilih untuk menjadi pengguna aktif memiliki perbedaan dengan pengguna pasif terkait motif sosial dan pengalaman penggunaan terhadap keterlibatannya di media sosial TikTok.

1.5.3 Konsep *Digital Immigrant*

Marc Prensky (2001) seorang penulis dan pembicara dari Amerika Serikat di bidang Pendidikan membagi pengguna teknologi menjadi dua klasifikasi yaitu *Digital Immigrant* dan *Digital Native*. *Digital Immigrant* merupakan sebutan pada mereka yang lahir sebelum tahun 1980an dimana kehidupannya tidak diiringi dengan perkembangan teknologi. Generasi X dan Generasi yang lebih tua dari Generasi X dikategorikan sebagai *Digital Immigrant*. Kelompok ini mempelajari teknologi saat memasuki usia dewasa dan harus beradaptasi. Berbeda dengan *Digital Native*, yang sudah terbiasa dengan keberadaan teknologi. *Digital Native* merupakan individu yang lahir ketika teknologi sudah mengalami perkembangan pesat, biasanya mereka sudah diperkenalkan dengan teknologi sejak duduk dibangku sekolah. Mereka yang lahir setelah tahun 1980an, seperti Generasi Milenial dan Generasi Z dapat dikategorikan sebagai *Digital Native*. Prensky mengklasifikasikan kedua kelompok ini sebab internet berkembang setelah tahun 1980, telekomunikasi masih dianggap mahal pada saat itu (Prensky, 2001).

Bagi kelompok *Digital Immigrant*, mereka membutuhkan waktu yang lebih lama untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi, berbanding dengan *Digital Native* yang sudah terbiasa membangun komunikasi virtual dalam kehidupan sehari-hari. Kelompok *Digital*

Immigrant menganggap bahwa pembelajaran daring memberatkan mereka untuk harus belajar dan beradaptasi dengan teknologi di usia yang sudah tidak muda lagi. Mereka sudah nyaman dengan bentuk komunikasi yang lebih santai, menyukai konten panjang dan mendalam seperti *artikel feature*, *documenter* dan program televisi, memprioritaskan privasi dan lebih sering mengosumsi media tradisional dibandingkan dengan Generasi muda (Khairani et al., 2022).

Prensky (2001) dalam (Khairani et al., 2022) juga menyebutkan perbedaan *Digital Native* dan *Digital Immigrant* yaitu : 1) Intensitas penggunaan ponsel, *Digital Native* mengenal teknologi sepanjang hidup mereka, sedangkan *Digital Immigrant* baru mengenal dan beradaptasi teknologi di masa dewasa mereka. Hal ini menunjukkan bahwa *Digital Native* memiliki keterikatan yang lebih tinggi pada teknologi dibandingkan dengan *Digital Immigrant*. 2) Perbedaan cara berfikir, *Digital Native* lebih multitasking dan cepat merespon terhadap teknologi, namun juga mudah terdistraksi oleh teknologi, dikarenakan terbiasa dengan lingkungan yang terpapar perkembangan teknologi. Sedangkan, *Digital Immigrant* identik dengan orang yang lebih tua, sehingga lebih lemah terhadap penggunaan teknologi. 3) Kepercayaan dan Privasi, *Digital Native* cenderung memiliki kepercayaan dalam menjaga privasi mereka secara digital, sedangkan *Digital Immigrant* lebih memiliki kecurigaan dan keraguan akan keamanan dari aplikasi sehingga mereka lebih membentuk Batasan penggunaan media digital. 4) *Digital Immigrant* lebih kritis dalam mempertimbangkan resiko dan manfaat media daring, dan menganggap kecanduan ponsel itu disebabkan oleh kontrol diri yang rendah, sedangkan *Digital Native* menganggap teknologi sarat aka makna sosial dan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan mereka (Muliyah, 2020).

1.5.4 Konsep Generasi X

Sebelum memahami pengertian Generasi X yang jadi fokus penelitian ini, adapun pengertian Generasi terlebih dahulu. Dalam teori Generasi, salah satunya dari Kupperschmidt's (2000) menyatakan bahwa Generasi merupakan sebuah pengelompokan individu dengan

kisaran umur yang sama dan memiliki kesamaan baik dari segi kultur, politik, ekonomi, peristiwa dunia dan perkembangan teknologi yang sama sehingga memiliki pengaruh dalam fase pertumbuhan mereka (Maulidina & Ridho, 2020).

Lebih lanjut, menurut Lancaster & Stillman Generasi X atau biasa disingkat Gen X merupakan istilah yang diberikan kepada setiap individu yang lahir direntang tahun 1965 hingga 1980 an. Generasi X lahir dalam keadaan teknologi baru mulai berkembang pada tingkat penggunaan PC, Komputer, Video Games, TV Kabel, dan baru memasuki penggunaan internet. Sehingga dapat dikatakan masa muda yang dilalui oleh Generasi X tidak diiringi dengan kemajuan teknologi internet seperti Generasi setelahnya yaitu Generasi Y. Walaupun tidak bisa dikatakan sebagai Generasi digital, namun Generasi X cepat dalam beradaptasi dengan perubahan termasuk kemajuan teknologi. Hal ini didukung oleh Kajian Global Leader Forecast pada 2018 menyatakan sebanyak 58% dari Generasi X sudah cukup mahir menggunakan teknologi dan memiliki perbandingan tipis dengan Generasi Y sebesar 56% pengguna (Kumala et al., 2020).

Generasi X juga dikenal sebagai *Digital Immigrant*, yang artinya berada pada kalangan usia dewasa dalam memahami dan menggunakan media digital. Sedangkan kelompok usia yang lebih muda dinamakan *Digital Native*, yaitu sekelompok usia muda yang telah mengenal dan fasih menggunakan media digital. Generasi X lebih kritis dan bijak dalam memanfaatkan media daring sebagai akses terhadap informasi. Selain itu, dalam dunia pekerjaan professional Generasi X memiliki karakter yang lebih *independent*, kritis, dan memiliki emosional yang stabil, dibandingkan Generasi sebelumnya yaitu *Baby Boomers* (Kumala et al., 2020).

Dalam partisipasi menggunakan teknologi, Generasi X menganggap teknologi tidak terlalu membawa pengaruh signifikan terhadap perkembangan kehidupannya. Hal ini disebabkan karena sebelumnya Generasi X lebih mengandalkan media elektronik seperti berita

TV, Radio, dan surat kabar. Namun tidak bisa dipungkiri Generasi X juga cenderung berlebihan menggunakan media sosial di lingkungan rumahnya sehingga butuh pengawasan yang ketat diakibatkan Generasi ini masih awam dengan teknologi (Kagan & Lissitsa, 2023).

1.5.5 Konsep Pengalaman

Pengalaman diartikan sebagai sebagai hal yang pernah dialami, dijalani dan dirasakan oleh individu, baik secara sadar maupun tidak sadar yang berlangsung dalam rentang waktu kehidupan manusia. Pengalaman terjadi ketika seseorang melakukan aktivitas dalam kehidupan sehari-hari membentuk interaksi sosial di dalam sebuah lingkungan, baik antara individu dengan individu maupun antar kelompok yang ada. Pengalaman dapat terjadi melalui sebuah pengamatan atas realitas sosial. Pengalaman merupakan aspek yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia dan dapat dijadikan sebagai pedoman serta sumber pembelajaran (Mapp, 2008).

Lebih lanjut menurut Mapp (2008) dalam (Smith et al., 2010) menjelaskan bahwa pengalaman merupakan sebuah perspektif dari seseorang atau disebut sebagai sebuah fenomenologi. Konsep fenomenologi berkaitan dengan konsep pengalaman yaitu bagaimana pemaknaan terhadap suatu pengalaman dan terjadi dalam kesadaran manusia itu sendiri, Kesadaran diri merefleksikan sesuatu yang dapat dilihat, dipikirkan, diingat, dan diharapkan terjadi dalam suatu pengalaman itu sendiri.

Smith (2010) mengasumsikan pengalaman terdiri dari dua kategori. Pertama, sebenarnya pengalaman yang terjadi dalam aktivitas keseharian individu sebagai bentuk ekspresi dari kesadaran individu itu sendiri. Pengalaman tersebut bersifat subjektif. Kedua, setiap kesadaran yang dirasakan oleh individu merupakan hasil dari kesadaran akan sesuatu yang terjadi (Smith et al., 2010).

Pengalaman individu terhadap sesuatu objek dan bagaimana pemaknaan akan objek tersebut dapat berbeda-beda antar individu, maka dari itu pengalaman manusia bersifat subjektif, dipengaruhi oleh ingatan individu, dan diolah menjadi pengetahuan sebagai referensi untuk menanggapi suatu hal di masa depan. Pengalaman merupakan suatu acuan untuk proses pembelajaran yang mengarahkan individu pada pola tingkah laku tertentu

1.5.6 Tinjauan Sosiologis

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan dirujuk berdasarkan paradigma sosial yang digunakan dalam melihat permasalahan yang akan diteliti. Sebelum memasuki pemahaman terkait teori relevan yang digunakan penulis, maka penelitian ini menggunakan paradigma defenisi sosial dalam menjadi dasar pijakan penelitian ini. Sederhananya paradigma defenisi sosial menurunkan tiga teori besar yaitu Teori aksi yang dipelopori oleh Talcott Parsons, lalu Teori Fenomenologi, dan terakhir Teori Interaksionisme Simbolik.

Permasalahan pada penelitian ini dibahas menggunakan teori Fenomenologi yang dipelopori oleh Alfred Schutz. Teori ini memfokuskan pada pengalaman dan motif yang mendasari seseorang dalam bertindak atau melakukan sesuatu. Motif merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan keinginan tertentu. Individu dilihat sebagai seseorang yang memiliki keinginan berdasarkan pertimbangan dengan menggunakan alat yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan yang dipilih. Teori ini menjelaskan bahwa setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia menjadi penuh arti dengan memberi makna terhadap tindakan tersebut dan dipahami sebagai sesuatu yang penuh arti.

Alfred Schutz memberi perbedaan terhadap motif dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh manusia yaitu *Because Motive* (motif sebab) dan *In order to motive* (motif akibat). *Because motive* (motif sebab) diartikan sebagai suatu tindakan yang diarahkan pada pengalaman masa lalu seseorang, dimana tindakan tersebut didasarkan pada pengalaman-pengalaman yang ada dalam dirinya. Sedangkan *In order to motive* (motif akibat) diartikan

sebagai suatu tindakan didasarkan kepada motivasi apa yang muncul, tindakan tersebut dilakukan dengan harapan ada hal yang ingin di capai untuk masa yang akan datang. Schutz juga menyatakan bahwa tindakan manusia didasari oleh situasi sosial dimana individu itu berada di dalamnya yang membentuk *Stock of knowledge* atau kumpulan pengalaman. Setiap tindakan manusia ditentukan oleh makna yang dipahami tentang sesuatu yang disebut motivasi. Sehingga manusia memiliki alasan-alasan tertentu atas tindakannya sendiri. Menurut Schutz, manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki kesadaran sosial yang dipengaruhi oleh pemaknaan tertentu yang akhirnya menciptakan motivasi-motivasi dalam setiap tindakan seseorang.

Lebih lanjut, dalam melihat fenomena Pengalaman *Digital Immigrant* menggunakan Media Sosial TikTok di tinjau dari perspektif Sosiologi Digital. Menurut McLuhan pada dasarnya keseluruhan media merupakan suatu perpanjangan tubuh manusia dalam dimensi ruang dan waktu. Logika berfikirnya, kehadiran mesin ketik perpanjangan tangan manusia, mobil ibarat perpanjangan kaki manusia, televisi perpanjangan mata manusia, dan internet dianggap perpanjangan sistem syaraf manusia. Namun, kecanggihan teknologi informasi pada saat ini mengubah makna kandungan pesan media itu sendiri dan menggantikan tanda yang bersifat simbolik. Sehingga pandangan McLuhan gagal dalam melihat konsekuensi-konsekuensi tersebut. Berbeda dengan Baudrillard yang memandang bahwa media massa pada saat ini tidak hanya sekedar menjembatani badan manusia seperti yang dikatakan oleh McLuhan, tetapi media massa sudah menjadi ruang bagi manusia untuk membentuk identitas dirinya. Mendukung hal tersebut, Jika dilihat dari Pendekatan *Use and Gratifications* salah satu perspektif Sosiologi Komunikasi, berusaha menjelaskan bahwa pengguna media memiliki kewenangan penuh dalam memilih dan menggunakan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Pendekatan ini cenderung melihat proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan pola penggunaan media oleh individu. Hal tersebut menimbulkan alternatif

atau preferensi bagi seseorang dalam memilih media yang ingin mereka konsumsi berdasarkan kebutuhan masing-masing individu (Bungin, 2006).

Menurut Katz et al. (1973) dalam (Karunia H et al., 2021) menjelaskan asumsi yang mendasari pendekatan mengenai *Use And Gratifications*, yaitu: 1) Kondisi sosial psikologis individu menyebabkan adanya kebutuhan tertentu menciptakan harapan pada media massa, perbedaan pola penggunaan media yang berujung pemenuhan kebutuhan dan kepentingan. 2) Muncul berbagai pilihan media sebagai upaya memenuhi kebutuhan pengguna media. 3) Terjadi kompetisi antara satu media dengan media lainnya untuk dapat memenuhi kebutuhan penggunanya.

Perspektif *Use and Gratifications* sangat relevan dengan fenomena Pengalaman *Digital Immigrant* khususnya Generasi X sebagai pengguna TikTok. Media sosial TikTok menyediakan berbagai fitur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan penggunanya. Salah satu fitur utama TikTok yaitu beranda atau FYP (*For You Page*) yang menampilkan video ter-*update* dengan algoritma menyesuaikan preferensi pengguna, seperti video yang sering disukai. Selain itu, TikTok juga dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, mulai dari media hiburan, mencari informasi, media edukasi, hingga sarana eksistensi diri. TikTok bahkan menawarkan fitur berbelanja online yang dikenal dengan *TikTokshop*. Setiap individu yang menggunakan TikTok tentu memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, yang pada akhirnya mempengaruhi pola perilaku penggunanya. Hal ini juga berlaku bagi Generasi X dalam menggunakan media sosial TikTok.

1.5.7 Penelitian Relevan

Dalam sebuah penelitian sangat diperlukan dukungan dari penelitian sebelumnya. Penelitian relevan merupakan suatu penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, dimana penelitian yang terkait dengan penelitian yang penulis butuhkan. Hasil dari penelitian

sebelumnya dijadikan pedoman dan menjadi perbandingan yang akan dilakukan. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dijalankan, yaitu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggriawan & Wulindari, n.d.) mengenai “*The Face of Social Media For Generation X: A Study On Generation X Rengas Village*”. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa Generasi X bisa memanfaatkan dan menunjukkan eksistensi dirinya melalui kreativitas dan inovasi dalam menggunakan media sosial Facebook. Sehingga keberhasilan Generasi X dalam memanfaatkan media sosial Facebook menjadi bukti dari adaptasi teknologi oleh Generasi X *sebagai Digital Immigrant*. Persamaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu Generasi X, sedangkan perbedaannya terletak pada perbedaan media sosial yang diteliti yaitu TikTok, teori yang digunakan dan lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ruswandi et al., 2023) tentang “Fenomena berita Hoaks pada *platform* Facebook dalam membentuk kepercayaan masyarakat gen X”. Penelitian ini menjelaskan bahwa rendahnya pengetahuan Generasi X akan kemampuan digital menyebabkan Generasi ini menjadi sasaran empuk dari berita hoaks yang tersebar, sehingga ditemukan mayoritas Generasi X yang awalnya menggunakan Facebook mulai beralihkan menggunakan aplikasi lain untuk mendapatkan informasi. Persamaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu Generasi X, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus permasalahan yang akan diteliti, teori yang digunakan, dan lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Alamsyah et al., 2023) tentang “Disequilibrium Penggunaan Media pada Konteks Pencarian Informasi antara Generasi X dan Z”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa adanya kesenjangan digital antara Generasi X dan Z dalam akses informasi digital. Dimana kesenjangan ini menyebabkan gap preferensi yang digunakan dalam konteks pencarian informasi. Generasi X dikatakan cenderung lebih berhati-hati dibandingkan Generasi Z dalam mempercayai sumber informasi, memastikan kebenaran

informasi, dan memastikan tingkat kredibilitas media yang digunakan. Sedangkan Generasi Z lebih mengandalkan media sosial TikTok sebagai sumber informasi. Persamaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu Generasi X, perbedaannya terletak pada fokus permasalahan penelitian, teori yang digunakan, dan lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yuliasuti, 2023) tentang “Perempuan Gen X: Literasi Digital di Instagram vs Facebook”. Hasil penelitian ini menemukan bahwa perempuan dengan jenjang Pendidikan terakhir Sarjana memiliki kemampuan literasi digital yang berbeda antara aplikasi Facebook dan Instagram. Diharapkan ternyata kemampuan literasi Generasi X di Facebook lebih tinggi dibandingkan dengan Instagram, sehingga cukup pasif pada aplikasi Instagram. Persamaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian yaitu Generasi X, perbedaannya terletak pada media sosial yang diteliti yaitu TikTok, teori yang digunakan, dan lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Duta, 2022) tentang “Aktualisasi diri dan Media Sosial (Dramaturgi Kaum Milenial dalam Media Sosial TikTok)”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Generasi Milenial berusaha membangun kesan yang didukung oleh kreativitasnya, kaum Milenial membuat video yang menarik di TikTok dengan harapan ingin memperoleh respon dari publik. Pada panggung depan Generasi Milenial berusaha memperlihatkan kondisi bahagia dan mampu mengunjungi tempat wisata mahal, mengikuti *trend* kekinian. Sedangkan pada panggung belakang Generasi Milenial rela meminjam dan menguras uang demi membangun citra diri di TikTok. Persamaan penelitian ini terletak pada media sosial yang diteliti yaitu TikTok, perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu Generasi X, teori yang digunakan, dan lokasi penelitian.

Berdasarkan penelusuran mengenai penelitian relevan di atas, kebanyakan penelitian lebih menjelaskan bagaimana penggunaan media sosial Generasi X pada platform Facebook.

dan penelusuran penelitian relevan lainnya, kebanyakan membahas penggunaan TikTok oleh Generasi muda seperti Generasi Z dan Milenial. Sedangkan pada penelitian ini membahas bagaimana pengalaman dan pemaknaan Generasi X sebagai pengguna aktif di Tiktok. Sehingga fokus permasalahan yang diangkat pada penelitian akan membedakannya dengan penelitian sebelumnya.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian sosial kualitatif. Sementara, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian mengacu kepada perspektif teoritis yang digunakan peneliti untuk menanggapi permasalahan penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti bisa mempengaruhi metode penelitian yang dipilih (Afrizal, 2014). Kemudian, Taylor dan Bogdan (1884:1) dalam Afrizal mendefinisikan Metode penelitian sebagai suatu cara atau upaya yang dilakukan peneliti guna memenuhi jawaban dari suatu pertanyaan penelitian. Jadi, Metode penelitian Kualitatif merupakan suatu metode penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, serta peneliti tidak berupaya mengkuantitatifkan data tersebut. Hasil yang diperoleh nantinya berupa gambaran, penjelasan, deskripsi kata-kata dan tindakan yang akan ditindaklanjuti untuk dianalisis(Afrizal, 2014).

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif merupakan suatu upaya untuk menyediakan berbagai situasi yang apa adanya atau nyata terjadi di lapangan (Fachrina, et al., 2021) Alasan menggunakan tipe penelitian deskriptif ialah berupaya mendeskripsikan dan menggambarkan lebih detail terkait pemaknaan pengalaman Generasi X sebagai pengguna aktif media sosial TikTok di Komunitas *Sapa_Young* Kota Padang.

1.6.2 Informan Penelitian

Suatu penelitian tidak bisa dilakukan tanpa adanya seorang informan, artinya setiap penelitian membutuhkan pihak-pihak yang dapat memberikan informasi atau penjelasan terkait fenomena yang sedang terjadi. Menurut Afrizal (Afrizal, 2014) Informan penelitian merupakan pihak yang memiliki informasi, baik itu mengenai dirinya maupun orang lain atau semua perihal yang dibutuhkan penulis.

Dalam (Afrizal, 2014) juga mengkategorikan informan menjadi dua yaitu Informan Pelaku dan informan pengamat. Informan Pelaku merupakan pihak utama atau pihak kunci yang terlibat dalam penelitian, dimana memiliki informasi terkait dirinya, tindakan, pemikiran, ataupun pemaknaan terhadap fenomena. Informan Pengamat merupakan pihak yang dapat memberikan informasi lanjutan terkait orang lain atau peristiwa yang sedang terjadi, sehingga dapat dikatakan sebagai pihak saksi atau pengamat dari fenomena penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling* dalam memilih Informan penelitian. Artinya penulis melakukan penetapan kriteria tertentu kepada informan yang menjadi target pada pengambilan informasi guna mendapatkan data kuat dan spesifik yang dibutuhkan penelitian

Sejalan dengan itu, baik informan pelaku maupun informan pengamat harus mempunyai kriteria tertentu supaya dapat mencapai tujuan penelitian.

Kriteria informan pelaku, adalah sebagai berikut:

- 1) Individu yang dikategorikan sebagai kelompok *Digital Immigrant* yaitu Generasi X (lahir tahun 1965-1980 atau berumur 45-60 tahun), dipilih karena generasi ini mengalami perubahan signifikan dalam penggunaan teknologi, dari era analog ke digital, sehingga memiliki perspektif fenomenologis yang relevan dengan fokus penelitian.

- 2) Generasi X sebagai pengguna aktif dengan membuat konten di TikTok yang memiliki tema konten tertentu, karena hal ini mencerminkan penggunaan platform sesuai dengan pengalaman, pemaknaan, serta kebutuhan mereka terhadap konten di platform tersebut
- 3) Generasi X yang tergabung dalam Komunitas *Sapa_Young* dipilih karena sebagian besar anggota komunitas tersebut merupakan kelompok *Digital Immigrant*, yang mayoritasnya adalah Generasi X.

Dilanjutkan, Kriteria informan Pengamat, adalah sebagai berikut:

- 1) Anggota keluarga yang berdomisili dalam satu rumah yang sama dan berinteraksi secara intensif selama 24 jam dengan informan pelaku, dipilih karena memungkinkan pengamatan langsung terhadap perilaku informan pelaku.
- 2) Teman yang berada dalam satu komunitas yang sama, yaitu komunitas *Sapa_Young*, dipilih karena keterlibatan secara rutin dalam kegiatan komunitas memberikan gambaran yang berbeda terhadap pelaku.

Berdasarkan kriteria di atas, penulis berhasil menemukan 16 informan yang sesuai untuk mendukung penelitian ini. dengan informan pelaku sebanyak 9 orang dan informan pengamat sebanyak 7 orang. Diantaranya:

Tabel 1. 1 Daftar Informan Pelaku

No.	Inisial Nama	Usia	Akun TikTok	Tema Konten	Kategori Informan
1.	RA	46	@Catma	Tips Membuat kue dan kulineran	Informan Pelaku
2.	WR	46	@VIRAJUT	Rajutan	Informan Pelaku
3.	TV	45	@senandunghijab	Quotes Motivasi	Informan Pelaku
4.	YS	57	@shafinascraft	Random	Informan Pelaku
5.	HT	52	@helmatuti2	Jualan sebagai affiliator	Informan Pelaku
6.	AY	46	@Amy@moy	Konten <i>Lip_Sync</i>	Informan Pelaku
7.	SH	46	@Bunda	Random	Informan Pelaku
8.	MI	48	@onang_mimiaja	Konten <i>Lip_Sync</i>	Informan Pelaku
9.	AN	47	@anneysticia	Seputar masakan	Informan Pelaku

Sumber: Data Primer 2025

Tabel 1. 2 Daftar Informan Pengamat

No	Inisial Nama	Umur	posisi	Kategori informan
1.	DV	48	Suami informan WR	Informan Pengamat
2.	NV	35	Teman Dekat AN dan WR di Komunitas <i>Sapa_Young</i>	Informan pengamat
3.	II	31	Teman komunitas <i>Sapa_Young</i>	Informan pengamat
4.	IS	59	Suami informan HT	Informan Pengamat
5.	NY	15	Anak informan RA	Informan Pengamat
6.	CN	18	Anak informan MI	Informan Pengamat
7.	AL	20	Anak informan TV	Informan Pengamat

Sumber: Data primer 2025

1.6.3 Data yang diambil

Pada penelitian ini, data yang penulis gunakan merupakan data dalam bentuk kata-kata, kalimat karena yang dianalisis dalam penelitian ini adalah tindakan dari individu yang bersangkutan dengan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, terdapat dua jenis data yang dikategorikan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer, merupakan informasi yang dihasilkan langsung dari informan penelitian, data ini secara langsung didapat oleh penulis dari sumber data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Generasi X sebagai pengguna aktif media sosial TikTok di komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang
2. Data Sekunder, merupakan informasi yang dihasilkan melalui perantara atau secara tidak langsung misalnya melalui pihak luar atau dokumen penunjang penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder mencakup dokumen dari pihak komunitas *Sapa_Young*, publikasi ilmiah, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian.

1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan penulis untuk memperoleh informasi guna mencapai tujuan penelitian. Sebelumnya penulis menggunakan metode

penelitian kualitatif, maka penulis akan menjelaskan dan melakukan analisis data berupa kalimat atau tindakan dari informan bersangkutan mulai dari pendapat, pengalaman, dan alasan informan (Afrizal, 2014). Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan Teknik wawancara mendalam, Teknik observasi dan Studi Dokumen.

1. Wawancara mendalam

Menurut Afrizal (2014) wawancara mendalam merupakan kegiatan tanya jawab lisan satu arah antara pewawancara dengan pihak yang diwawancarai guna mendapatkan informasi mendalam dari seorang informan penelitian (Afrizal, 2014). Teknik ini nantinya akan menghasilkan data kualitatif mendalam dan fleksibel dengan masalah penelitian dan diarahkan pada fokus penelitian.

Dalam pelaksanaannya, penulis sudah mempersiapkan pedoman wawancara terlebih dahulu sebagai acuan. Pertanyaan yang diajukan berkembang secara fleksibel ketika di lapangan. Pada awalnya penulis memperkenalkan diri dan mengajukan pertanyaan umum agar menciptakan suasana yang nyaman bagi informan. Setelah itu diarahkan ke pertanyaan yang menjadi inti dari penelitian. Tujuannya untuk memahami pengalaman informan terhadap suatu fenomena. Selama proses wawancara berlangsung, penulis merekam percakapan dengan menggunakan *handphone*.

Setelah seminar proposal yang dilaksanakan pada Jum,at, 17 Januari 2025, penulis melakukan bimbingan pertama dengan dosen pembimbing pertama pada Rabu, 22 Januari 2025 dengan membawa matriks perubahan setelah seminar proposal. Setelah mendapatkan pencerahan mengenai perubahan fokus penelitian, penulis mempertimbangkan keputusan sembari berusaha mencari fenomena penelitian tersebut di Kota Padang. Awalnya penulis mengalami kesulitan dalam menemukan informan karena tidak memiliki koneksi di kota perantauan tersebut, hingga pada akhirnya keresahan ini disuarakan kepada salah seorang

teman dan secara kebetulan teman tersebut menyarankan untuk meneliti komunitas yang ia ikuti yang bernama komunitas *Sapa_Young* karena sesuai dengan fokus penelitian.

Penulis juga melakukan observasi awal pada komunitas tersebut, dan ditemukan beberapa informan yang sesuai dengan kriteria yang penulis tuliskan. Bimbingan terkait fokus penelitian berlanjut pada 10 Februari 2025 masih membawa matriks perubahan dan informasi informan yang didapatkan oleh penulis. Bimbingan dilanjutkan ke pembimbing kedua, dan disarankan untuk membuat revisi proposal terlebih dahulu agar tujuan penelitian tergambar dengan jelas. Pada 21 Februari 2025, penulis menyerahkan revisi proposal dan pedoman wawancara dan disetujui untuk turun lapangan, beberapa hari setelah itu pembimbing kedua juga menyetujui untuk turun lapangan terlebih dahulu.

Untuk melakukan pendekatan awal peneliti secara rutin menghadiri kegiatan komunitas tersebut yang diadakan di Perpustakaan Sumatera Barat. Setelah menargetkan beberapa informan yang sesuai, penulis mulai meminta nomor informan dan menghubungi untuk meminta izin menjadi informan penelitian. Ada beberapa ibu-ibu yang bersedia dan ada juga yang menolak untuk dijadikan informan, namun peneliti dibantu oleh ketua komunitas yaitu kak WR untuk merekomendasikan informan lainnya salah satunya ibu RA, yang rumahnya masih di daerah Unand.

Wawancara informan dimulai dari 26 Februari 2025 hingga 24 April 2025, dikarenakan bulan puasa banyak informan yang tidak memiliki waktu luang, sehingga dilanjutkan di bulan April.

Pada 26 Februari 2025, penulis melakukan wawancara dengan 2 orang informan yaitu ibu RA dan ibu TV diawali dengan mewawancarai ibu RA pukul 10.00 wib yang berlangsung di rumah beliau di belakang *Citra Express*, Unand. Wawancara dilakukan di ruang tamu informan dan berlangsung dengan lancar, karena penulis sudah sempat mengobrol waktu

pertemuan komunitas, sehingga tidak merasa canggung atau kaku. Dilanjutkan dengan mewawancarai TV pukul 20.00 wib melalui *online* yaitu *videocall* karena beliau sangat sibuk menjelang bulan puasa.

Pada 28 Februari 2025, penulis melakukan wawancara ketiga bersama ibu WR. Penulis membuat janji dengan informan dan disuruh untuk bertemu pukul 08.00 wib di kanton Perpajakan. Penulis pergi menggunakan angkot, saat sudah sampai di sana, ternyata informan mengabari untuk merubah lokasi pertemuan ke Perpustakaan Sumatera Barat. Akhirnya penulis memesan ojek *online* karena pada saat itu karena takut informan menunggu lama, setelah tiba di perpustakaan, peneliti disuruh menunggu sekitar 1 jam karena ibu WR sedang sarapan. Wawancara berjalan dengan lancar karena informan masih berjiwa muda sehingga suasana mengalir dengan sendirinya. Kebetulan suaminya juga bekerja di kantor tersebut, dan peneliti ingin menjadikan suaminya sebagai informan pengamat. Sembari menunggu suami ibu WR, informan sempat berbincang dan saling curhat dengan keadaan masing-masing. Di waktu yang sama, penulis mewawancarai suami ibu WR dan diakhiri dengan sesi dokumentasi.

Pada 10 Maret 2025, penulis melakukan wawancara keempat dan kelima bersama ibu AY dan ibu YS di kediamannya. Pertama penulis mendatangi rumah Ibu AY yang bertempat tinggal di Tabing, perjanjian wawancara disiang hari sekitar pukul 13.00 wib. Berpatokan *google maps*, penulis menelusuri jalanan karena rumah informan masuk ke gang perumahan. Saat sampai dirumah informan, beliau sedang duduk menjaga tokonya yang bergabung dengan rumahnya dibelakang toko tersebut. toko tersebut adalah toko menjual peralatan pembangunan. Wawancara berlangsung ditempat yang sama, dengan posisi duduk berhadapan di meja kasir. Selama wawancara penulis melihat informan sedikit kaku di awal, tetapi tetap mengalir diwaktu berikutnya. Setelah pulang dari sana, penulis menghubungi informan YS untuk mengkonfirmasi ulang wawancara yang akan dilakukan. Rumah

informan berada di Tunggul Hitam. Informan antusias dalam menjawab pertanyaan penulis dan juga menjelaskan secara rinci terkait pengalamannya. Terlihat informan sangat menghargai penulis dan sangat terbuka untuk memberikan informasi secara lengkap. Pada saat pertemuan komunitas, penulis bertemu dengan ibu YS dan mengulangi wawancara untuk memastikan jawaban sebelumnya.

Pada 16 Maret 2025, penulis melakukan wawancara ke enam yaitu ibu SH. Wawancara dilakukan secara online melalui *videocall* karena beliau memiliki kesibukan penuh setiap harinya untuk menemani anak perempuannya latihan menari. Selama wawancara berlangsung, informan berusaha menjawab dengan apa adanya dengan jawaban ringkas, penulis tetap berusaha menanyakan hal inti agar jawaban tersebut bisa padat informasi.

Pada 11 april 2025, penulis mengikuti pertemuan komunitas *Sapa_Young*, disana penulis mewawancarai informan yang sebelumnya hanya bisa wawancara *online* dan mewawancarai informan pengamat disaat yang sama, peneliti sebelumnya sudah menentukan informan pengamat yang sesuai dengan kriteria untuk dijadikan sebagai informan pengamat karena mereka salah satu orang terdekat informan pelaku.

Pada 23 hingga 24 April 2025, penulis mewawancarai dua informan pelaku yaitu ibu MI dan ibu AN. Penulis mendatangi kediaman mereka yang cukup berdekatan yaitu masih didaerah di Steba. Pada tanggal 23 April 2025, terlebih dahulu penulis mewawancarai informan MI pada pukul 14.00 wib, keesokan harinya penulis mewawancarai informan Ibu AN pukul 14.30 wib. Wawancara tersebut berjalan dengan lancar.

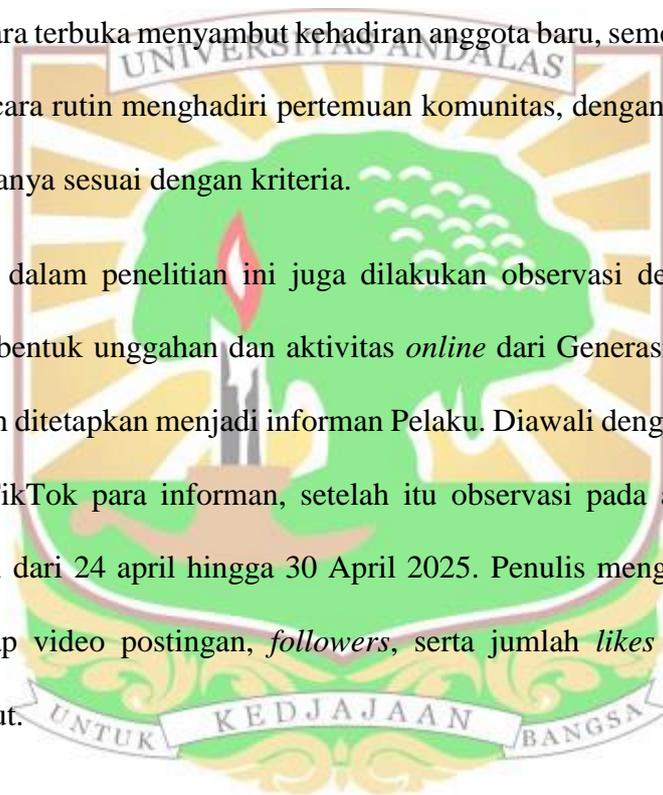
2. Observasi

Untuk memperkuat data penelitian, tidak hanya dari hasil wawancara informan, tetapi bisa dilakukan dengan pengamatan guna mendapatkan penggambaran terhadap situasi informan. Maka dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teknik observasi. Observasi

merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pemantauan disertai dengan pencatatan terhadap situasi sebenarnya di lapangan. Tujuannya adalah guna mendapatkan gambaran terhadap kondisi yang dilakukan informan penelitian.

Pada 24 Januari 2025, setelah mendapatkan informasi dari teman, penulis mendapat kabar bahwa komunitas *Sapa_Young* mengadakan pertemuan setiap hari Jum'at. Penulis pergi bersama salah seorang teman yang merupakan anggota komunitas tersebut, untuk melakukan observasi awal mengenai komunitas *Sapa_Young*. Disana penulis melihat komunitasnya secara terbuka menyambut kehadiran anggota baru, semenjak saat itu setiap hari Jum'at, penulis secara rutin menghadiri pertemuan komunitas, dengan tujuan untuk mencari informan yang rasanya sesuai dengan kriteria.

Selain itu, dalam penelitian ini juga dilakukan observasi dengan mengamati dan memantau segala bentuk unggahan dan aktivitas *online* dari Generasi X pada media sosial TikTok yang sudah ditetapkan menjadi informan Pelaku. Diawali dengan meminta izin untuk mengikuti akun TikTok para informan, setelah itu observasi pada akun TikTok tersebut berlangsung mulai dari 24 April hingga 30 April 2025. Penulis mengamati dan melakukan pendataan terhadap video postingan, *followers*, serta jumlah *likes* yang ada pada akun Generasi X tersebut.



3. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan proses mengumpulkan informasi atau data tertulis baik berupa berita, notulen rapat, surat, laporan relevan, dan dokumentasi relevan. Jadi, penelitian ini mengumpulkan semua dokumen yang dianggap sesuai dan dapat membantu proses penelitian.

Pada tanggal 24 Februari 2025, penulis mengajukan pembuatan surat izin penelitian ke fakultas ISIP. Setelah itu, penulis baru sempat menyerahkan surat tersebut ketika

mewawancarai informan WR yang merupakan ketua sekaligus pendiri Komunitas *Sapa_Young* pada 28 Februari 2025. Karena komunitas tersebut bukan suatu organisasi formal, ibu WR mengatakan tidak ada surat balasan untuk ini, tetapi izin penelitian tetap dilakukan. Sebenarnya pada pertemuan komunitas, penulis juga meminta data-data yang diperlukan untuk keperluan penelitian, seperti struktur kepengurusan komunitas, daftar hadir, logo, dan dokumentasi kegiatan komunitas. Penulis dijanjikan akan dikirimkan semua data tersebut oleh sekretaris komunitas, karena data yang diminta kunjung tidak didapatkan. Akhirnya pada 15 April 2025, penulis menghubungi ibu WR untuk meminta kembali data-data yang pernah penulis minta, dan ibu WR langsung mengirimkan di hari yang sama melalui whatshapp.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis digunakan untuk mempermudah proses penelitian dalam melihat spesifikasi fokus penelitian. Unit analisis menentukan fokus penelitiannya siapa atau untuk menentukan kajian yang lebih spesifik. Unit analisis dalam penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, komunitas atau sebuah sistem sosial tertentu sesuai dengan fokus permasalahan dalam suatu penelitian.

Unit analisisnya pada penelitian ini adalah individu yaitu Generasi X berusia 45 hingga 60 tahun yang dikategorikan sebagai pengguna aktif TikTok di Komunitas *Sapa_Young*, Kota Padang.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data juga bagian terpenting dalam proses penelitian. Analisis data merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seorang peneliti terus-menerus selama proses penelitian berlangsung, hal ini dimulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penulisan laporan penelitian. Analisis data dikatakan suatu pengujian data secara sistematis guna

mengidentifikasi data secara keseluruhan yang telah didapatkan dari hasil wawancara mendalam dan observasi. Analisis data tersebut bertujuan untuk menyederhanakan data, melakukan pengorganisasian data ke dalam bentuk klasifikasi, dan berusaha menyimpulkan data agar mudah di pahami nantinya (Afrizal, 2014).

Analisis data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif Miles dan Huberman. Miles dan Huberman membagi analisis data yang dikategorikan dalam tiga tahap analisis, diantaranya:

1. Tahap Kodifikasi data, yaitu tahap dimana data yang telah dikumpulkan dilakukan penandaan atau memberi kode bagian yang dianggap penting. Hal ini guna membedakan informasi yang dikatakan penting dan tidak penting yang diarahkan kesesuai informasi dalam menjawab tujuan permasalahan penelitian, selanjutnya akan diperoleh klasifikasi data yang nantinya diberi tema atau mengalami penamaan oleh peneliti (Afrizal, 2014).
2. Tahap penyajian data, merupakan tahap lanjutan untuk menyajikan temuan dari analisis klasifikasi data tersebut yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Penyajian data bisa dilakukan naratif dan dapat juga berupa dalam bentuk tabel, matriks, diagram guna mempermudah peneliti dalam proses interpretasi data dan membuat kesimpulan sementara (Afrizal, 2014).
3. Tahap Penarikan Kesimpulan, merupakan tahap menarik kesimpulan dari hasil analisis sebelumnya. Kesimpulan bersifat sementara, akan dilakukan peninjauan kembali terhadap kesesuaian interpretasi dengan cara melakukan memeriksa ulang proses sebelumnya sampai dirasa tidak menemukan kesalahan interpretasi data. Jika ketiga tahap telah dilakukan, hal selanjutnya yang dilakukan seorang peneliti ialah menuliskan dalam bentuk laporan penelitian (Afrizal, 2014).

1.6.7 Defenisi Operasional

Penelitian ini memiliki beberapa defenisi operasional guna memberi batas dan mempermudah proses penelitian. Defenisi operasional dikatakan sebagai informasi ilmiah yang dapat membantu penulis dalam mengukur variabel yang digunakan dalam permasalahan penelitian. Konsep-konsep yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Media sosial TikTok, merupakan suatu aplikasi yang menyajikan visual video berdurasi pendek (15 detik) yang diiringi dengan musik populer.
2. *Digital Immigrant*, merupakan individu yang tumbuh tanpa perkembangan teknologi digital, tetapi mulai mengenal teknologi digital di usia dewasa.
3. Generasi X, merupakan setiap individu yang lahir direntang tahun 1965 hingga 1980-an yang menggunakan media sosial khususnya TikTok.
4. Pengguna aktif Tiktok, merupakan individu yang secara rutin menggunakan Tiktok, tidak hanya untuk mengakses dan melihat konten, tetapi secara aktif berpartisipasi dalam interaksi dan mengunggah konten di platform tersebut.
5. *Because Motive*, merupakan motif penyebab yang bersumber dari pengalaman-pengalaman masa lalu dalam kehidupan sehari-hari.
6. *In Order to Motive*, merupakan motif tujuan merujuk kepada tujuan yang ingin di capai di masa yang akan datang.

1.6.8 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan setting yang diambil dimana sebuah penelitian akan dilaksanakan untuk menganalisis permasalahan penelitian. Lokasi penelitian tidak selalu berbentuk fisik seperti sebuah wilayah geografis saja, tetapi juga mengacu kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014). Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah komunitas *Sapa_Young* yang mengadakan pertemuan di Karpet Merah, Dinas Kearsipan dan

Perpustakaan di Kelurahan Belakang Tangsi, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

Pertimbangan akademis dari lokasi penelitian ini dikarenakan media sosial TikTok terdiri dari cakupan yang sangat luas dan universal, sehingga untuk memudahkan dalam mendapatkan dan menjangkau informan penelitian, maka diambil batasan kasus secara spesifik yaitu Generasi X sebagai pengguna TikTok yang tergabung dalam Komunitas *Sapa_Young* dan aktif membuat konten di media sosial TikTok. Alasan lainnya yaitu dikarenakan komunitas *Sapa_Young* merupakan wadah yang menjembatani setiap Generasi X dengan berbagai latar belakang dalam membangun interaksi sosial didalamnya berbasis sebagai kelas belajar merajut. Sehingga komunitas ini menjadi *case* yang unik dalam melihat pemaknaan identitas sosial Generasi X yang beragam pada media sosial TikTok.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan selama 5 bulan, dimulai dari bulan Januari 2025 - Mei 2025. Untuk penjelasan lanjutan, akan disajikan secara lengkap pada tabel berikut:

Tabel 1. 3 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2025					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1.	Seminar Proposal						
2.	Menyusun Instrumen Penelitian						
3.	Pengumpulan Data						
4.	Analisis Data						
5.	Penulisan Laporan Penelitian						
6.	Sidang Skripsi						