

**MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL X OLEH REMAJA  
DI DUSUN SUMBER BARAT DESA SUMBERJOSARI  
KECAMATAN KARANGRAYUNG KABUPATEN GROBOGAN**

Oleh:

(Arasyid Yuda Mahendra, Dr. Herning Suryo S. M,Si., Drs. Siswanta, M.Si.)

**ABSTRAK**

Salah satu produk dari kemajuan teknologi adalah internet. Internet dengan kemampuannya dapat penyebaran informasi secara global dengan cepat. Salah satu hasilnya adalah media sosial, yang mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Salah satu contoh media sosial dengan tingkat pengguna tertinggi adalah X. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan motif penggunaan X pada remaja di Dusun Sumber Barat Desa Sumberjosari Kecamatan Karangrayung Kabupaten Grobogan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini banyak berfokus pada teori media sosial, media baru, teori *uses and gratification*, serta teori penggunaan media oleh individu dari McQuail yaitu motif informasi, identitas diri, integritas dan interaksi sosial, serta hiburan. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, serta dokumentasi. Kemudian *purposive sampling* dipilih untuk menjadi teknik penentuan narasumber. Teknik analisis data yang digunakan adalah teori milik Miles dan Hubberman. Hasil dari penelitian ini adalah motif penggunaan media sosial X oleh remaja di Dusun Sumber Barat beragam. Diantaranya adalah remaja menggunakan X untuk mencari informasi, mengekspresikan diri melalui X, bersosial dan berdiskusi melalui media X, mencari hiburan serta media sosial X digunakan untuk lahan berbisnis. Hal ini diketahui dari fungsi media X yang memungkinkan remaja untuk membangun jaringan sosial, menggali minat pribadi, mengeksplorasi identitas digital mereka, serta terbukanya peluang berbisnis di dalamnya.

**Kata kunci: Motif, Media Sosial, Media Baru**

**ABSTRACT**

*One product of technological advancement is the internet, which facilitates the rapid global dissemination of information. A notable outcome of this is sosial media, which has transformed the ways we communicate and interact. An example of a sosial media platform with a high number of users is X. The aim of this study is to describe the motives behind the use of X among teenagers in Dusun Sumber Barat, Sumberjosari Village, Kecamatan Karangrayung, Kabupaten Grobogan. The theoretical framework of this research focuses on sosial media theory, new media theory, uses and gratification theory and also individual media use theory as outlined by McQuail, including information motives, self-identity, sosial integration, and entertainment. This study employs a qualitative descriptive method, utilizing data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. Purposive sampling is used to select the research participants. Data analysis is conducted based on the framework developed by Miles and Huberman. The results of this study reveal that the motives for using the sosial media platform X among teenagers in Dusun Sumber Barat are varied. These include seeking information, self-expression, sosializing and discussing, finding entertainment, and using X as a business platform. The functionality of X enables teenagers to build sosial networks, explore personal interests, develop their digital identities, and discover business opportunities.*

**Keywords: Motives, Sosial Media, New Media**

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi, terutama dalam bentuk Internet, telah membawa dampak revolusioner terhadap berbagai aspek kehidupan kita. Internet, sebagai "jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia" (Ahmadi dan Hermawan, 2013:68), telah mengubah cara kita berkomunikasi, mengakses informasi, dan berinteraksi dengan dunia luar. Di Indonesia, penetrasi internet telah mencapai 79,5% pada tahun 2024, menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Angka ini mencerminkan bagaimana internet telah menyentuh hampir setiap aspek kehidupan masyarakat, dari cara kita bekerja hingga cara kita berinteraksi secara sosial.

Salah satu dampak terbesar dari internet adalah munculnya media sosial, *platform* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, berinteraksi, dan membangun jaringan sosial secara online. Media sosial telah mengubah dinamika komunikasi global dengan menyediakan saluran bagi pengguna untuk berbagi informasi, pendapat, dan momen pribadi dalam format yang mudah diakses dan dibagikan. *Platform* seperti X (dulu dikenal sebagai Twitter) telah memainkan peran kunci dalam revolusi ini, menawarkan fitur unik seperti batasan karakter untuk setiap pesan, tagar untuk mengorganisir konten, dan berbagai alat interaksi yang mendukung komunikasi yang cepat dan efisien.

Meskipun banyak *platform* media sosial lama seperti Yahoo Messenger, Friendster, dan Path telah kehilangan relevansi mereka seiring waktu, X tetap mempertahankan popularitasnya berkat kemampuannya untuk menyederhanakan komunikasi dan memungkinkan pengguna untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Keunikan X, dengan fitur-fitur seperti tweet singkat, retweet, dan hashtag, menjadikannya sebagai *platform* yang sangat efektif untuk berbagi berita terkini,

opini, dan konten multimedia dalam format yang ringkas dan terorganisir.

Penelitian ini difokuskan pada penggunaan X di kalangan remaja di Dusun Sumber Barat, Kabupaten Grobogan, dengan tujuan untuk memahami bagaimana teknologi ini mempengaruhi kehidupan sehari-hari di komunitas pedesaan. Dusun Sumber Barat dipilih sebagai lokasi penelitian karena memberikan gambaran tentang penggunaan media sosial dalam konteks pedesaan yang mungkin berbeda dari lingkungan urban. Dengan hanya 11 dari 30 remaja di dusun tersebut yang menggunakan X, dan hanya 4 yang aktif, penelitian ini bertujuan untuk menggali alasan di balik penggunaan X di lingkungan tersebut, serta untuk mengidentifikasi motif, kebiasaan, dan preferensi yang mendorong remaja untuk tetap berpartisipasi di *platform* ini.

## KAJIAN TEORI

### 1. Komunikasi

Andrew E. Sikula (2017 : 145) "Komunikasi adalah proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat atau orang lain" Harlod D. Lasswell dalam Heru Puji Winarso (2016 : 10) menyatakan bahwa komunikasi memiliki 5 unsur penting yang terkait dengan konsep komunikasi yaitu:

#### A. Unsur *Who* (Siapa)

*Who*, dalam konteks ini dipahami sebagai sumber (informasi) atau sering disebut sebagai komunikator, yaitu orang, baik secara individu maupun kelompok atau institusi yang menyampaikan atau memberikan informasi atau pesan kepada pihak lain.

#### B. Unsur *Says What* (Apa yang Dikatakan Pesan)

Unsur ini pada dasarnya merupakan pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

### C. Unsur *Which Channel* (Media/Saluran)

Unsur ini berkaitan dengan media atau sarana yang digunakan dalam proses komunikasi itu. Media ini berkaitan dengan seluruh alat (perangkat) yang digunakan dalam membantu lancarnya proses komunikasi itu seperti surat kabar, telepon, majalah, radio, televisi, dan internet.

### D. Unsur *To Whom* (Kepada Siapa)

Unsur ini berkaitan dengan siapa yang menerima pesan atau informasi itu. Siapa dalam konteks komunikasi sering disebut sebagai penerima atau komunikan.

### E. Unsur *With What Effect* (Akibat yang Terjadi)

Unsur ini pada dasarnya berkaitan dengan respon audiens atau khalayak sebagai akibat dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

## 2. Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. (Mulawarman, 2017:23). Artinya media sosial bukan sekedar alat untuk berkomunikasi, namun serta merupakan hasil dari proses interaksi dan partisipasi individu kepada masyarakat. Media sosial merupakan cerminan kenyataan bahwa teknologi dan perangkat lunak yang kita gunakan adalah produk dari hubungan sosial budaya manusia.

Media sosial adalah *platform* yang memungkinkan seseorang terhubung dengan orang dan bisnis lain. Tujuan media sosial adalah untuk membantu pengguna

menemukan hal-hal yang diminati, membagikan pemikiran dan ide antar penggunaannya, dan mempelajari lebih lanjut tentang apa yang terjadi di dunia sekitar. Berdasarkan fungsinya, media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, antara lain:

- a. Berbagi informasi tentang diri atau bisnis kamu dengan orang lain.
- b. Menciptakan koneksi antara orang-orang yang memiliki minat yang sama.
- c. Membantu orang menemukan bisnis lokal dan sumber daya lainnya.
- d. Memberi akses informasi tentang peristiwa yang terjadi di dekat tempat tinggal atau di seluruh dunia.

## 3. Media Baru

Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di masa sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan serta merta mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru.

*New media* mencakup berbagai aspek. Pertama, sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media. Kedua, *new media* merupakan cara baru dalam merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual. Ketiga, merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna dengan teknologi media. Keempat,

merupakan sebuah pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas. Kelima, merupakan konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media. Dan yang terakhir, mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

#### 4. Motif

Motif, atau dalam bahasa Inggris “*motive*” berasal dari kata *movere* atau motion, yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak. Dalam psikologis, istilah motif erat hubungannya dengan “gerak”, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga perbuatan atau perilaku dalam Sarlito (2009:137).

Selain itu pendapat lain juga dikatakan oleh Giddens dalam Alex Sobur yang mengartikan motif sebagai impuls atau dorongan yang memberi energi pada tindakan manusia sepanjang lintasan kognitif/perilaku kearah pemuasan kebutuhan. Menurut Giddens dalam Alex Sobur (2006:267), motif tidak harus dipersepsikan secara sadar. Ia lebih merupakan suatu “keadaan perasaan”. Secara singkat, motif adalah segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu.

Motif adalah suatu kontruksi yang potensial dan laten yang dibentuk oleh pengalaman-pengalaman, yang secara relatif dapat bertahan meskipun kemungkinan berubah masih ada, dan berfungsi menggerakkan serta mengarahkan perilaku ke tujuan tertentu.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari sesuatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan, motif juga merupakan alasan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan

berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksud-maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia.

McQuail (2011:72) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok. Adapun pembagian tersebut adalah:

##### a. Motif Informasi

- 1) Pencarian berita mengenai kejadian dan keadaan yang terkait dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
- 2) Pencarian bimbingan bermacam persoalan praktis, opini, dan berbagai hal yang terkait dengan penentuan suatu pilihan.
- 3) Pemuasan rasa ingin tahu dan minat secara umum.
- 4) Pembelajaran, pendidikan untuk diri sendiri.
- 5) Mendapatkan perasaan damai lewat peningkatan pengetahuan dan informasi.

##### b. Motif Identitas Pribadi

- 1) Menemukan penunjang atas nilai-nilai pribadi.
- 2) Menemukan model perilaku yang dapat ditiru.
- 3) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai yang lain di dalam media sosial.
- 4) Meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri.

##### c. Motif Integras dan Interaksi Sosial

- 1) Mendapatkan pengetahuan mengenai situasi dan kondisi orang lain.
- 2) Mengidentifikasi diri melalui interaksi dengan orang lain dan meningkatkan *sense of belong* terhadap interaksi yang terjadi.
- 3) Menemukan bahan percakapan untuk dipraktikan di dunia nyata dan melakukan interaksi sosial dengan orang lain.
- 4) Mendapatkan berbagai macam teman di dunia maya selain dari manusia di dunia nyata.

- 5) Membantu menunjang peran sosial yang sedang disandang.
- 6) Membantu menunjang diri untuk menghubungi sanak famili, teman-teman, dan anggota masyarakat lainnya.

#### d) Motif Hiburan

- 1) Melepaskan diri dari belitan berbagai macam permasalahan yang sedang dialami.
- 2) Bersantai untuk relaksasi jiwa.
- 3) Mendapatkan kenikmatan jiwa dan keindahan estetis (seni).
- 4) Mengisi waktu luang atau waktu senggang.
- 5) Penyaluran emosi baik positif maupun negatif di dunia maya.
- 6) Membangkitkan gairah seks dari berbagai foto atau gambar yang tersedia bebas di dunia maya.

Dalam teori Uses and Gratifications Theory (Blumler, 1979:9), motif penggunaan media oleh individu dikategorikan berdasarkan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Teori ini menganggap pengguna media sebagai agen aktif yang secara selektif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Berikut adalah beberapa motif utama dalam teori ini:

#### a. Motif Informasi

Pengguna media mencari informasi demi memuaskan rasa ingin tahu dan kebutuhan akan pengetahuan. Hal ini termasuk mencari berita, pendidikan, dan informasi tentang dunia di sekitar mereka. Misalnya: Membaca berita online, menonton berita di televisi, atau mengikuti akun-akun informasi yang terdapat di sosial media.

#### b. Motif Hiburan

Pengguna media mencari hiburan untuk bersantai, menghilangkan rasa bosan, serta hanya untuk mengisi waktu senggang. Dalam hal ini bisa berupa film, musik, permainan serta konten-konten lucu. Misalnya: Menonton film di Netflix,

bermain permainan daring, atau menonton video-video lucu yang terdapat di YouTube.

#### c. Motif Integrasi Sosial:

Pengguna media mencari koneksi sosial dan interaksi dengan orang lain. Media digunakan untuk menjaga hubungan, merasa terhubung dengan komunitas, dan mendapatkan dukungan sosial. Misalnya: Berinteraksi dengan teman dan keluarga di media sosial, mengikuti grup diskusi *online*, atau menggunakan aplikasi pesan instan.

#### d. Motif Identitas Pribadi:

Pengguna media mencari media yang membantu mereka membangun atau mengekspresikan identitas diri. Ini termasuk mencari validasi, pengakuan, dan pemahaman diri melalui media. Misalnya: membuat dan membagikan konten di media sosial, mengikuti *website* atau blog yang sesuai dengan minat pribadi, atau mencari konten yang menguatkan pandangan atau nilai-nilai pribadi.

#### e. Motif Pelarian:

Pengguna media mencari media sebagai cara untuk melarikan diri dari tekanan atau masalah sehari-hari. Media digunakan sebagai sarana untuk mengalihkan pikiran dan menghadirkan pengalaman yang berbeda. Misalnya: membaca novel fiksi, menonton acara TV drama, atau bermain permainan fantasi.

#### f. Motif Sosialisasi:

Pengguna media menggunakan media untuk belajar dan memahami norma dan fenomena sosial, perilaku, dan budaya. Misalnya: mengikuti influencer di media sosial, atau menonton tutorial online.

## 5. Media Sosial X

Twitter yang saat ini berganti nama menjadi X (digayakan sebagai X) pada tahun 2023 adalah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca

pesan yang berbasis teks hingga 280 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (tweet). Pada awalnya, X hanya mengizinkan pengguna untuk mengirim tweet maksimal 140 karakter, namun pada tanggal 7 November 2017 X menambah jumlahnya menjadi 280 karakter. X memungkinkan pengguna untuk memposting post, yang dapat berisi foto, video, tautan, dan teks. Pesan ini diposting ke profil pengguna, terkirim ke pengikut pengguna, dan dapat dicari di X. (X Inc: 2024).

Berikut adalah beberapa fitur yang dimiliki oleh X:

a. Kicauan (tweet)

Kicauan (tweet) merupakan fitur yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membagikan tulisan, foto, video, maupun gif kepada publik. Secara umum, tweet yang dibagikan dapat terlihat oleh semua pengguna terdaftar maupun tidak terdaftar, namun pengguna juga dapat mengatur batasan kiriman hanya bagi pengikut tertentu.

b. *Followers, Following, Unfollow*

Ketika menggunakan X, pengguna akan menemukan istilah pengikut (*follow*), menjadi pengikut (*followers*), dan membatalkan pertemanan (*unfollowing*). Fitur tersebut berfungsi agar pengguna dapat saling terhubung dan berkomunikasi dengan pengguna lain serta mendapatkan tweet terbaru dari para pengguna secara real-time melalui beranda X.

Selain itu, pengguna juga dapat melakukan pemblokiran pada akun yang dirasa mengganggu atau tidak disukai.

c. Hastag (tagar)

Hashtag (tagar) adalah sebuah kata frasa yang diawali dengan tanda “#”. Penggunaan simbol tersebut sangat penting ketika digunakan untuk mengawali sebuah topik bahasan yang terjadi di X. Manfaat lain adalah dapat digunakan untuk

mengidentifikasi sebuah brand tertentu, misal #unisri, #fisip, dan sebagainya. Sebuah topik dengan penggunaan hashtag yang tinggi juga memungkinkan untuk menjadi trending topik di X.

d. Nama Pengguna

Ketika membuat akun X, pengguna diwajibkan untuk membuat nama pengguna (*username*). Nama pengguna ini mengidentifikasi sebuah akun di mana fungsinya sangat penting untuk membedakan pengguna satu dengan pengguna lainnya. Penggunaan “@” diikuti dengan nama pengguna, misal @fisipunisri, @jokowi, dan sebagainya.

Ketika membalas tweet pengguna lain, maka akan lebih baik menyertakan @namapengguna untuk menyebut (mention) agar ia mengetahuinya. Dengan begitu pengguna tahu bahwa ia disebut namanya dan kembali membalas (reply).

e. Retweet

Retweet adalah istilah yang dibuat X untuk membagikan ulang kiriman yang pernah dibuat. Pengguna dapat membagikan ulang kiriman yang pernah dibuat dimasa lalu, baik kiriman sendiri ataupun kiriman pengguna lain. Fungsi ini dapat dimanfaatkan ketika kiriman relevan dengan keadaan yang sedang terjadi. Selain kiriman, pengguna juga dapat me-retweet balasan (*reply*) untuk dibagikan ke pengikut.

f. *Trending Topics*

X adalah jejaring sosial yang pertama kali memperkenalkan topik hangat (*trending topics*). Topik hangat adalah sesuatu yang banyak dibicarakan pengguna di X berdasarkan tagar, kata, atau frasa. *Trending topics* membantu X dan pengguna untuk memahami apa yang sedang terjadi di dunia serta letak geografis pengguna. Dalam perkembangannya, X telah melakukan banyak perubahan untuk menghindari manipulasi tren yang sedang terjadi.

X telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek, seperti sarana protes, kampanye politik, pembelajaran, hingga media komunikasi darurat.

## 6. Remaja

Remaja atau dalam istilah lain adalah *adolescence* yang berasal dari kata latin *adolescence* yang artinya remaja yang berarti “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Istilah *adolescence* mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial serta fisik (Hurlock, 2011). Remaja adalah kelompok usia berumur 13-21 tahun. Remaja merupakan suatu fase perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Masa remaja dibagi menjadi tiga tahap, yaitu masa remaja awal usia 12 sampai 15 tahun, masa remaja pertengahan (madya) dari usia 15 sampai 18 tahun, dan masa remaja akhir dari usia 18 sampai 21 tahun (Hurlock, 2011). Pada masa remaja manusia tidak dapat disebut sudah dewasa tetapi tidak dapat pula disebut anak-anak. Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa.

Dalam mempelajari perkembangan remaja, remaja dapat didefinisikan secara biologis sebagai perubahan fisik yang ditandai oleh permulaan pubertas dan penghentian pertumbuhan fisik; secara kognitif, sebagai perubahan dalam kemampuan berpikir secara abstrak atau secara sosial, sebagai periode persiapan untuk menjadi orang dewasa. Perubahan pubertas dan biologis utama termasuk perubahan pada organ seks, tinggi, berat, dan massa otot, perubahan besar dalam struktur otak, serta perubahan suara. Kemajuan kognitif mencakup peningkatan pengetahuan dan kemampuan berpikir secara abstrak dan bernalar secara lebih efektif.

Remaja merupakan fase pencarian identitas diri yang membutuhkan peran dari keluarga, serta lingkungan seperti teman

sebayanya, di masa ini remaja juga berada dalam kondisi kebingungan karena ketidakmampuan menentukan aktifitas yang bermanfaat untuk dirinya, serta keingintahuan terhadap hal yang belum diketahuinya (Aprilia, Sriati & Hendrawati, 2018) hal inilah yang membuat remaja rentan mengalami masalah kecanduan. Salah satu penyebab kecanduan media sosial dengan intensitas yang tinggi adalah rasa khawatir akan ketinggalan informasi sehingga terarah pada munculnya perilaku penggunaan yang berlebihan (Fathadhika & Afriani, 2018). Seseorang dapat berada pada kategori kecanduan apabila mengakses media sosial berkisar 5-6 jam sehari (Syamsoedin, Bidjuni & Wowiling, 2015).

## METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan peneliti ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2016:6) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73) mengemukakan penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya.

Penelitian ini digunakan untuk memaparkan masalah yang timbul serta mendeskripsikan data dalam bentuk kata-kata sesuai fakta selama penelitian berlangsung agar memahami fenomena mengenai motif penggunaan X pada remaja

di Dusun Sumber Barat Desa Sumberjosari Kecamatan Karangrayung Kabupaten Grobogan.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penggunaan X di kalangan remaja di Dusun Sumber Barat menunjukkan peran yang penting dalam membentuk interaksi mereka dengan dunia digital saat ini. *Platform* ini tidak hanya menjadi tempat untuk mendapatkan informasi terkini secara cepat dan luas, tetapi juga menjadi ajang bagi mereka untuk terlibat dalam diskusi yang mendalam mengenai isu-isu penting, baik itu lokal maupun global. Dengan akses mudahnya terhadap berita terbaru dan perkembangan terkini, remaja dapat secara aktif mengikuti peristiwa dan fenomena yang sedang terjadi di sekitar mereka serta di dunia.

Dari hasil wawancara yang telah diolah maka terdapat hasil data sebagai berikut:

### **a. Media sosial X mampu memfasilitasi kemampuan kritis dan penerimaan perspektif beragam di kalangan remaja**

X memungkinkan mereka untuk mengembangkan kemampuan kritis dalam menyaring informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Mereka belajar untuk tidak hanya menerima informasi begitu saja, tetapi juga untuk mengevaluasi kebenaran dan relevansi informasi tersebut. Kemampuan ini sangat penting dalam era di mana informasi dapat tersebar dengan cepat dan mudah di media sosial.

Selain sebagai sumber informasi, X juga menjadi tempat untuk memahami berbagai perspektif. Dengan terlibat dalam diskusi publik dan melihat opini dari berbagai individu dan kelompok, remaja dapat memperluas pandangan mereka tentang berbagai isu. Ini tidak hanya memperkaya wawasan mereka, tetapi juga membantu mereka memahami kompleksitas dari berbagai masalah sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang ada.

Penggunaan X juga membantu remaja untuk membangun identitas digital mereka. Melalui berbagai aktivitas seperti berbagi pendapat, berpartisipasi dalam *trending topic*, atau berinteraksi dengan orang-orang dengan minat yang sama, mereka dapat mengukur dan mengasah kemampuan mereka dalam menyampaikan ide-ide dan pendapat dengan cara yang efektif. Hal ini tidak hanya berdampak pada pengembangan keterampilan komunikasi mereka, tetapi juga pada rasa percaya diri dalam berkomunikasi secara publik.

Namun, dalam menggunakan X, penting bagi remaja untuk tetap mempertimbangkan etika dan tanggung jawab dalam bermedia sosial. Mereka perlu mampu membedakan antara informasi yang valid dan hoaks, serta menjaga sikap dan perilaku yang positif dalam berinteraksi dengan orang lain. Dengan memanfaatkan X secara bijak, remaja di Dusun Sumber Barat memiliki potensi untuk memperluas pengetahuan mereka, memperkaya pengalaman sosial, dan membentuk sikap kritis yang diperlukan dalam menjelajahi dunia digital yang terus berkembang.

### **b. Media sosial X mampu membangun identitas digital dan keterampilan komunikasi remaja**

Selain sebagai sumber informasi yang berharga, X juga berfungsi sebagai sarana penting bagi remaja di Dusun Sumber Barat untuk membangun dan mengembangkan hubungan sosial mereka. *Platform* ini menjadi tempat di mana mereka dapat berinteraksi secara langsung dengan teman-teman sebaya dan individu lainnya dari berbagai latar belakang. Melalui X, remaja dapat memperluas jaringan sosial mereka, bertukar informasi, dan berbagi pengalaman dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama.

Interaksi sosial di X tidak hanya sebatas dalam bentuk chatting atau komentar, tetapi juga melalui partisipasi dalam diskusi-diskusi yang mendalam mengenai topik-topik yang mereka minati. Misalnya,

mereka dapat terlibat dalam perbincangan tentang musik, film, olahraga, isu-isu sosial, politik, atau bahkan topik akademis. Aktivitas ini tidak hanya memperkaya pengetahuan mereka tetapi juga memperdalam pemahaman mereka tentang berbagai perspektif yang ada di masyarakat.

### **c. Remaja membentuk interaksi sosial dan identitas digital di media sosial X**

Selain menjadi sumber informasi yang penting, X juga memainkan peran krusial dalam membentuk keterampilan sosial dan komunikatif remaja di Dusun Sumber Barat. Melalui interaksi aktif di *platform* ini, mereka dapat memperluas pengetahuan mereka, memperdalam pemahaman mereka tentang dunia.

Penggunaan X tidak hanya berdampak pada informasi dan interaksi sosial remaja, tetapi juga secara signifikan mempengaruhi pembentukan identitas digital mereka. Dengan aktif berpartisipasi dalam berbagai diskusi publik dan beropini tentang berbagai topik yang mereka minati, remaja belajar untuk mengartikulasikan pendapat mereka dengan lebih jelas dan efektif. Melalui proses ini, mereka tidak hanya mengembangkan kemampuan berkomunikasi yang kuat, tetapi juga memperkuat kepercayaan diri mereka dalam menyampaikan ide-ide mereka di hadapan orang lain.

Partisipasi dalam diskusi publik di X memungkinkan remaja untuk terlibat dalam perdebatan yang mendalam tentang isu-isu penting. Mereka dapat mengajukan pertanyaan, menyampaikan pendapat, dan memberikan argumen yang didukung dengan bukti atau pengalaman pribadi. Hal ini tidak hanya membangun kemampuan berpikir kritis mereka, tetapi juga membantu mereka memperdalam pemahaman mereka tentang berbagai perspektif yang ada dalam masyarakat.

### **d. Pengembangan keterampilan bisnis dan kewirausahaan remaja melalui media sosial X**

Di samping menjadi *platform* untuk berinteraksi sosial dan mengembangkan identitas digital, X juga menjadi tempat bagi beberapa remaja untuk menjalankan bisnis kecil-kecilan. Praktik ini melibatkan menjual berbagai produk atau jasa, yang seringkali dimulai sebagai hobi atau minat pribadi yang kemudian berkembang menjadi kesempatan bisnis yang nyata. Aktivitas ini tidak hanya membantu mereka mengasah kreativitas dalam menemukan ide-ide produk yang inovatif, tetapi juga mengajarkan banyak keterampilan berharga yang relevan dengan kehidupan profesional di era digital.

Menjalankan bisnis di X juga mengasah keahlian interpersonal mereka. Mereka belajar untuk berkomunikasi dengan pelanggan potensial, menanggapi pertanyaan atau masukan, serta membangun hubungan yang baik dengan para konsumen. Kemampuan ini penting dalam membangun reputasi dan kepercayaan dalam bisnis, serta dalam menghadapi tantangan dalam berinteraksi dengan berbagai jenis orang.

Selain keterampilan praktis, menjalankan bisnis di X juga membuka peluang untuk remaja untuk belajar tentang pasar dan persaingan. Mereka dapat mempelajari tren pasar, menganalisis kebutuhan dan preferensi konsumen, serta belajar untuk menyesuaikan strategi mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini tidak hanya memperdalam pemahaman mereka tentang dinamika pasar, tetapi juga meningkatkan kepekaan mereka terhadap peluang-peluang baru yang mungkin muncul di sekitar mereka.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penggunaan X oleh remaja di Dusun Sumber Barat, dapat disimpulkan bahwa *platform* ini digunakan untuk berbagai motif yang penting bagi mereka. Pertama, motif informasi menjadi salah satu pendorong utama penggunaan X. Remaja menggunakan X untuk mencari berita terbaru, informasi tentang kegiatan sosial, serta untuk mengikuti opini dari orang lain tentang topik yang sedang hangat. Kedua, motif identitas diri terlihat dalam bagaimana remaja menggunakan X sebagai alat untuk mengekspresikan diri. Mereka merasa bahwa *platform* ini memberikan mereka ruang untuk berinteraksi dengan berbagai kalangan, menyampaikan pendapat, dan merasa lebih terlibat dalam percakapan serta pertukaran ide. Motif integritas dan interaksi sosial juga terlihat kuat dalam penggunaan X oleh remaja. Mereka menggunakan *platform* ini untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dengan teman dan keluarga, berbagi informasi, pendapat, dan pengalaman. Motif hiburan memainkan peran penting dalam penggunaan X. Sebagian remaja mengonsumsi konten-konten seperti meme lucu, video menarik, atau cerita-cerita ringan untuk bersantai dan menghibur diri. Terakhir, motif untuk berbisnis menjadi alasan remaja menggunakan media ini untuk wadah mempelajari pasar dan mendapat uang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi dan Hermawan. (2013) *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi. *antara fear of missing out dengan kecanduan media sosial pada remaja*. Jurnal
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). *Tingkat kecanduan media sosial pada remaja*. *Journal of Nursing Care*, 3(1), 41-53.
- Arnett, J. J. (2007). *Emerging adulthood: What is it, and what is it good for?*. *Child development perspectives*, 1(2), 68-73.
- Blumler, J. G. (1979). *The role of theory in uses and gratifications studies*. *Communication research*, 6(1), 9-36.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 200.
- Fathadhika, S., & Afriani, -. (2018). *Social Media Engagement Sebagai Mediator Antara Fear of Missing Out Dengan Kecanduan Media Sosial Pada Remaja*. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208.
- Hurlock, Elizabeth B. (2011). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 3(01).
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). *Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan*. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarlito W. Sarwono, (2009). *Pengantar Psikologi Umum..* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sikula, A. E. (1981). *Pelatihan dan pengembangan tenaga kerja*. Jakarta: Pustaka Binaman.

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

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: penerbit Alfabeta

Suharno, (2016). *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta : PT Buku Seru

Sukmadinata, N. S. (2019). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya

Winarso, Heru Puji. (2016). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

#### **Sumber Internet:**

Bayu, D (2022). *Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022> diakses pada tanggal 24 Desember 2023

F. Fathia. (2017). *Media Sosial: Pengertian, Fungsi, dan Jenisnya*. Diperoleh melalui <https://dailysocial.id/post/media-sosial-adalah> diakses pada tanggal 24 Desember 2023.