

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN GEN Z DAN ALPHA

Halwa Hannisa

Universitas Lancang Kuning
Email: halwahannisa1402@gmail.com

Vita Amelia

Universitas Lancang Kuning
Email: vita.amelia@unilak.ac.id

Nining Sudiar

Universitas Lancang Kuning
Email: nining@unilak.ac.id

Received: 3 Desember 2025
Revised: 10 Desember 2025
Accepted: 21 Desember 2025
DOI: 10.24036/ib.v6i2.589

Abstract

This study aims to analyze the habits, reasons, and impacts of social media use among generation z and alpha. The method used is descriptive quantitative with data collection techniques in the form of observation, interviews, questionnaires, and documentation. The population of this study amounted to 24,926 people consisting of generation z and alpha in Sidomulyo Barat urban village, with a sample of 394 people selected using certain sampling techniques. The results showed that there were no significant differences in the patterns, reasons, or impacts of social media use between these two generations. The most widely used types of social media are whatsapp, tiktok, and instagram. Most respondents access social media using wifi as the main connection source, and the dominant device used is a smartphone. The average length of social media use is three years, with an average access time of two hours a day. The preferred place to access social media is at home. The main reason for using social media is for entertainment, followed by the need to get information. The perceived positive impacts include the ease of communicating with friends or family, while the most commonly reported negative impacts are causing addiction and spending too much time which can interfere with productivity.

Keywords: Social media, Usage, Gen Z, Alpha.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola, alasan, dan dampak penggunaan media sosial di kalangan generasi z dan alpha. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Populasi penelitian ini berjumlah 24.926 orang yang terdiri dari generasi z dan alpha yang berada di kelurahan sidomulyo barat, dengan sampel sebanyak 394 orang yang dipilih menggunakan teknik sampling tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam pola, alasan, maupun dampak penggunaan media sosial antara kedua generasi ini. Jenis media sosial yang paling banyak digunakan adalah whatsapp, tiktok, dan instagram. Sebagian besar responden mengakses media sosial dengan menggunakan wifi sebagai sumber koneksi utama, dan perangkat yang dominan digunakan adalah smartphone. Lama penggunaan media sosial rata-rata adalah tiga tahun, dengan waktu akses rata-rata dua jam per hari. Tempat yang sering dipilih untuk mengakses media sosial adalah di rumah. Alasan utama penggunaan media sosial adalah

untuk hiburan, diikuti dengan kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Dampak positif yang dirasakan termasuk kemudahan berkomunikasi dengan teman atau keluarga, sementara dampak negatif yang paling sering dilaporkan adalah menyebabkan kecanduan serta menghabiskan terlalu banyak waktu yang dapat mengganggu produktivitas.

Kata Kunci: Media sosial, Penggunaan, Gen Z, Alpha.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi yang terus berkembang begitu pesat, internet saat ini mulai beralih jadi kebutuhan pokok di Indonesia maupun di seluruh dunia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan hasil survei mengenai pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 yang mengalami peningkatan yakni mencapai 221,6 juta dari total 278,69 juta jiwa penduduk Indonesia di tahun 2023. Dari hasil survei tersebut maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% dan ada peningkatan dari tahun sebelumnya dengan jumlah 1,4%. (APJII 2024)

Peningkatan besar dalam jumlah pengguna internet ini menunjukkan akses yang lebih luas ke komunikasi dan informasi, serta mendorong penggunaan media sosial di Indonesia. Media sosial sudah melekat dalam

kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2024), media sosial adalah platform atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi konten, dan berpartisipasi dalam jaringan sosial. Van Dijk (2013) menyatakan bahwa media sosial merupakan platform multimedia yang menitikberatkan pada keterlibatan pengguna untuk mendukung aktivitas dan kolaborasi di antara mereka. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai lingkungan jaringan yang berfungsi sebagai fasilitator dalam membangun dan memelihara hubungan sosial antar pengguna. (Nasrullah, 2020:11)

Dilansir dari maryville.edu, media sosial pertama kali terbentuk pada 24 Mei 1844. Seiring waktu, berbagai platform media sosial mulai bermunculan, seperti SixDegrees (1997), Friendster (2001), LinkedIn

(2002), dan Myspace (2003). Tentu penggunaan media sosial tersebut digunakan oleh generasi sebelumnya yaitu generasi Baby Boomers (1946-1964), generasi X (1965-1980), dan generasi Y atau milenial (1981-1994). Sedangkan, perkembangan media sosial yang terus meningkat ini memunculkan berbagai media sosial yang dapat digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk generasi sekarang yaitu generasi Z atau Gen Z (1995-2010) dan Alpha (2011-2025).

Berdasarkan data media sosial paling banyak digunakan yang bersumber dari We Are Social (2024), WhatsApp menempati posisi teratas sebagai media sosial yang banyak digunakan di Indonesia, dengan 90,9% pengguna aktif dari total populasi pengguna internet yang mencapai 221,6 juta jiwa. Di posisi kedua, Instagram memiliki persentase pengguna aktif sebanyak 85,3%, diikuti oleh Facebook di urutan ketiga dengan persentase 81,6% pengguna aktif. TikTok berada di peringkat keempat dengan persentase pengguna aktif yaitu 73,5%, sementara

Telegram menempati peringkat kelima dengan persentase 61,3% pengguna aktif. (Social 2024)

Kelurahan Sidomulyo Barat merupakan salah satu kelurahan yang berada dalam wilayah administrasi Kecamatan Tuah Madani. Berdasarkan observasi dan wawancara peneliti, semua responden dari Gen Z (100%) menggunakan media sosial. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi ini adalah WhatsApp, TikTok, dan Instagram, dengan rata-rata durasi penggunaan antara 3-9 jam per hari. Sementara itu, seluruh responden dari generasi Alpha (100%) juga menggunakan media sosial, dengan TikTok dan YouTube sebagai platform yang paling sering digunakan, dan rata-rata durasi penggunaan antara 1 hingga 3 jam per hari dengan batasan dari orang tua.

Penggunaan media sosial yang intens di kalangan kedua generasi ini tentu akan berdampak, baik positif maupun negatif. Dampak-dampak ini memerlukan perhatian khusus, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

Ayub dan Sofia (2022). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa media sosial dapat meningkatkan konektivitas, memudahkan akses pendidikan, dan memberikan akses cepat terhadap informasi terbaru, yang semuanya berkontribusi pada dampak positif. Namun di sisi lain, dampak negatif media sosial meliputi berkurangnya kepedulian sosial, kecanduan internet, berkurangnya interaksi secara langsung, risiko cyberbullying, gangguan mental seperti IAD, pencurian data pribadi, Nomophobia, dan gangguan tidur akibat penggunaan yang berlebihan.

Berdasarkan kondisi ini, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna memahami bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi generasi muda, khususnya pada gen z dan alpha, mengingat intensitas penggunaan mereka yang sangat tinggi. Dengan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah judul “Penggunaan

Media Sosial di Kalangan Gen Z dan Alpha”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk mengkaji penggunaan media sosial di kalangan gen z dan alpha di Kelurahan Sidomulyo Barat, Kecamatan Tuah Madani, Pekanbaru, selama periode September–Desember 2024. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana penggunaan media sosial di kalangan gen z dan alpha. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Populasi penelitian berjumlah 24.926 orang, dengan sampel sebanyak 394 orang yang ditentukan menggunakan teknik simple random sampling berdasarkan rumus yamane dengan tingkat kesalahan 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Hasil dari penelitian dan pengolah data melalui penyebaran kuesioner atau angket penelitian kepada 394 responden gen z dan alpha

yang tinggal di kelurahan sidomulyo barat yang meliputi usia dan jenis kelamin. Kuesioner ini terdiri dari 2 jenis, ada sebagian yang berupa link *google form* dan ada yang berupa

lembaran kertas. Semua responden yang menjadi sampel penelitian merupakan warga yang tinggal di kelurahan sidomulyo barat yang digambarkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1 .Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Gen Z		Gen Alpha		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%
Laki-laki	91	23,10	97	24,62	188	47,72
Perempuan	106	26,90	100	25,38	206	52,28
Total	197	50	197	50	394	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa total 197 orang dari generasi alpha berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 100 responden (25,38%), dan berjenis laki-laki berjumlah 97 responden (24,62%). Sementara untuk jenis kelamin responden yang termasuk kedalam gen z dari total 197 responden terdapat 106 responden (26,90%) berjenis kelamin perempuan, sedangkan 91 responden (23,10%) merupakan laki-laki. Secara keseluruhan, jumlah responden dari

kedua generasi mencapai 394 responden. Berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 206 responden (52,28%), dan berjumlah 188 responden (47,72%) berjenis kelamin laki-laki.

Penelitian ini juga menganalisis distribusi usia responden dalam penggunaan media sosial. Rincian data tersebut disajikan pada tabel di bawah ini untuk memberikan gambaran yang lebih terperinci mengenai usia pengguna dari gen z dan alpha.

Tabel 2. Usia Pengguna Media Sosial Gen Alpha

No	Usia	F	%
1	8 tahun	3	0,76
2	9 tahun	7	1,78
3	10 tahun	31	7,87
4	11 tahun	72	18,27
5	12 tahun	58	14,72

6	13 tahun	26	6,60
Total		197	50

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Dari tabel di atas, generasi alpha orang (1,78%) memiliki jumlah dari usia 8 hingga 13 tahun responden yang jauh lebih sedikit. Pada mendominasi jumlah responden dengan sisi lain, responden dengan usia 10 mayoritas berada pada usia 11 tahun tahun ada 31 orang (7,87%) dan 13 sebanyak 72 orang (18,27%) dan usia tahun berjumlah 26 orang (6,60%) 12 tahun sebanyak 58 orang (14,72%). menunjukkan jumlah yang cukup Sementara itu, responden dengan usia signifikan, meskipun masih lebih kecil lebih muda seperti 8 tahun berjumlah 3 dibandingkan usia puncak (11 dan 12 orang (0,76%) dan 9 tahun sebanyak 7 tahun).

Tabel 3. Usia Pengguna Media Sosial Gen Z

No	Usia	F	%
1	14 tahun	67	17,01
2	15 tahun	59	14,97
3	16 tahun	9	2,28
4	17 tahun	12	3,05
5	18 tahun	8	2,03
6	19 tahun	7	1,78
7	20 tahun	11	2,79
8	21 tahun	16	4,06
9	22 tahun	6	1,52
10	23 tahun	1	0,25
11	24 tahun	1	0,25
Total		197	50

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Selanjutnya, untuk generasi z orang (4,06%) pada usia 21 tahun, 12 memiliki distribusi usia yang lebih orang (3,05%) pada usia 17 tahun, 11 bervariasi. Usia 14 tahun mendominasi orang (2,79%) pada usia 20 tahun, 9 dengan jumlah responden sebanyak 67 orang (2,28%) pada usia 16 tahun, 8 orang (2,03%) pada usia 18 tahun, 7 itu, sebagian kecil juga terdapat 16 orang (1,78%) pada usia 19 tahun, dan 6 orang (1,52%) pada usia 22 tahun. Usia

23 dan 24 tahun masing-masing hanya terdiri dari 1 orang (0,25%).

Pola Penggunaan Media Sosial

Pola penggunaan media sosial menggambarkan kebiasaan seseorang dalam memanfaatkan platform media sosial. Pola penggunaan media sosial dapat juga diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan secara berulang dalam menggunakan media sosial, sehingga membentuk suatu kebiasaan atau struktur pola tertentu (Khairina 2023). Pola penggunaan media sosial ini mencakup jenis media sosial, akses situs, perangkat yang digunakan mengakses media sosial, lama penggunaan, waktu penggunaan, dan tempat mengakses.

Jenis Media Sosial

Jenis media sosial merujuk pada berbagai platform digital yang

digunakan oleh responden untuk berinteraksi, berbagi konten, dan lain sebagainya di mana tergantung pada masing-masing responden dalam menggunakannya. Setiap jenis media sosial memiliki fitur dan tujuan yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 10 platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2024 sebagai fokus penelitian. Pemilihan ini didasarkan pada data terbaru yang menunjukkan platform-platform tersebut memiliki jumlah pengguna yang signifikan dan berpengaruh, terutama di kalangan gen z dan alpha. Berikut dari hasil analisis peneliti mengenai jenis media sosial yang digunakan oleh responden yang dijelaskan pada tabel di bawah:

Tabel 4. Jenis media sosial responden

No	Jenis media sosial	Gen z		Alpha		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	Whatsapp	193	11,49	176	13,77	369	24,95
2	Instagram	179	10,65	114	8,92	293	19,81
3	Facebook	62	3,69	80	6,26	142	9,60
4	Tiktok	180	10,71	176	13,77	356	24,07
5	Telegram	64	3,81	13	1,02	77	5,21
6	X (twitter)	49	2,92	11	0,86	60	4,06
7	Facebook messenger	18	1,07	14	1,10	32	2,16

8	Pinterest	75	4,46	30	2,35	105	7,10
9	Snack video	12	0,71	25	1,96	37	2,50
10	Linkedin	8	0,48	0	0	8	0,54
Total		840	50	639	50	1479	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa whatsapp merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi z, dengan jumlah 193 responden (11,49%). Tiktok menempati posisi kedua dengan 180 responden (10,71%) dan instagram dengan jumlah pengguna sebanyak 179 responden (10,65%). Sedangkan untuk generasi alpha bahwa platform yang paling banyak digunakan adalah whatsapp dan tiktok, masing-masing dengan jumlah responden 176 responden (13,77%). Instagram berada di posisi selanjutnya dengan 114 responden (8,92%). Secara keseluruhan dari kedua generasi tersebut, mayoritas memilih whatsapp dengan jumlah 369 responden (24,95%), diikuti dengan tiktok yang dipilih 356 responden (24,07%) dan instagram dengan jumlah 293 responden (19,81%).

Dari kedua generasi ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat beberapa perbedaan dalam jumlah

penggunaan antara keduanya, whatsapp, tiktok, dan instagram menjadi tiga platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh gen z dan alpha dan preferensi platform media sosial mereka tidak jauh berbeda. Hal ini selaras dengan penelitian (Hana et al., 2024), yang menunjukkan bahwa platform seperti instagram, tiktok, dan whatsapp merupakan pilihan utama yang paling banyak digunakan oleh gen z. Begitu juga dengan penelitian Septy, dkk. (2022), bahwa jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh siswa yaitu whatsapp, tiktok, facebook, dan instagram.

Akses Situs Media Sosial

Dalam era digital saat ini, akses terhadap media sosial telah menjadi yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda seperti gen z dan alpha. Penggunaan media sosial memerlukan konektivitas internet yang andal, baik

melalui jaringan wifi, maupun melalui kuota data pribadi.

Tabel 5. Akses Situs Media Sosial Responden

No	Akses Situs Media Sosial	Gen Z		Gen Alpha		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	Wifi	122	30,96	139	35,28	261	66,24
2	Kuota Pribadi	32	8,12	26	6,60	58	14,72
3	Lainnya (Keduanya)	43	10,91	32	8,12	75	19,04
Total		197	50	197	50	394	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Pada tabel di atas, responden dari kalangan generasi z mengakses media sosial menggunakan wifi dengan jumlah 122 responden (30,96%). Mengandalkan kuota pribadi, yaitu 32 responden (8,12%), sementara dengan jumlah 43 responden (10,91%) memilih keduanya yang merupakan wifi dan kuota pribadi. Sementara itu, pada generasi alpha terdapat 139 responden (35,28%) yang menggunakan wifi, sedangkan ada 26 responden (6,60%) mengandalkan kuota pribadi, dan 32 responden (8,12%) menggunakan keduanya. Secara keseluruhan, baik generasi z maupun generasi alpha terlihat pada tabel di atas bahwa mayoritas responden lebih memilih menggunakan wifi, dengan total 261 responden (66,24%), 58 responden

(14,72%) mengandalkan kuota pribadi dan juga menggunakan keduanya, yaitu wifi dan kuota pribadi dengan jumlah 75 responden (19,04%).

Dapat disimpulkan bahwa kedua generasi tersebut lebih memilih mengakses media sosial menggunakan jaringan wifi daripada kuota pribadi. Hal ini menunjukkan kecenderungan mereka untuk memilih koneksi internet yang lebih stabil dan cepat, yang dapat mendukung aktivitas mereka dalam mengakses media sosial dengan lebih lancar. Menurut globaldata (2023), wifi memiliki berbagai keunggulan, seperti kemudahan akses internet yang cepat dan praktis. Wifi memungkinkan pengguna untuk terhubung ke internet di mana saja dalam jangkauan jaringan, lebih murah, serta fleksibilitas dalam

penggunaan berbagai perangkat seperti laptop, *smartphone*, atau *tablet*. Dengan keberadaan wifi yang kini dapat ditemukan di berbagai tempat umum seperti bandara, restoran, mall, kafe, dan lain sebagainya, wifi menjadi pilihan utama bagi orang, termasuk gen z dan alpha, dalam mengakses media sosial untuk berbagai kebutuhan mereka.

Perangkat Digunakan Mengakses Media Sosial

Perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial penting dalam menentukan cara dan kenyamanan

pengguna dalam berinteraksi dengan platform media sosial. Beragam perangkat, seperti *smartphone*, *tablet*, laptop, atau komputer, memiliki keunggulan tersendiri dalam kemudahan akses dan fungsionalitas. Dalam konteks ini, melihat perangkat apa saja yang paling banyak digunakan oleh gen z dan alpha di kelurahan sidomulyo barat dalam mengakses media sosial. Berikut adalah data mengenai perangkat yang digunakan oleh responden dalam mengakses media sosial.

Tabel 6. Perangkat yang digunakan

No	Perangkat Mengakses Media Sosial	Gen Z		Gen Alpha		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	Smartphone	194	49,24	191	48,48	385	97,72
2	Laptop	0	0	2	0,51	2	0,51
3	Komputer	3	0,76	1	0,25	4	1,02
4	Tablet	0	0	3	0,76	3	0,76
5	Lainnya	0	0	0	0	0	0
Total		197	50	197	50	394	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Pada tabel di atas, perangkat utama yang digunakan untuk mengakses media sosial di generasi z yang paling banyak dipilih oleh responden adalah *smartphone* dengan jumlah 193 responden (48,98%). Penggunaan laptop tercatat oleh 12 responden (3,05%), sedangkan komputer hanya digunakan oleh 3 responden (0,76%). Tablet digunakan oleh 2 responden (0,51%), menunjukkan bahwa perangkat selain *smartphone* jarang dipilih oleh generasi ini.

Sementara itu, pada generasi alpha, responden mengakses media sosial melalui *smartphone* berjumlah 191 responden (48,48%). Penggunaan laptop ada 12 responden (3,05%), komputer dengan 4 responden (1,02%),

serta tablet yang digunakan oleh 4 responden (1,04%). Secara keseluruhan, pada kedua generasi ini sebagian besar memilih penggunaan *smartphone* untuk mengakses media sosial, dengan jumlah 384 responden (97,46%) dari seluruh responden menggunakan perangkat tersebut. Penggunaan perangkat lain seperti laptop, komputer, dan *tablet* hanya sebagian kecilnya, masing-masing tercatat oleh 24 responden (6,09%) untuk laptop, 7 responden (1,78%) untuk komputer, dan 6 responden (1,52%) untuk responden yang memilih tablet.

Berdasarkan hasil analisis, secara keseluruhan perangkat yang paling banyak digunakan oleh kedua generasi untuk mengakses media sosial adalah *smartphone*. Hal ini terlihat dari

dominasi penggunaannya di antara responden, baik dari generasi z maupun alpha. *Smartphone* telah menjadi alat utama untuk aktivitas digital mereka, menggantikan perangkat lain seperti komputer atau *tablet*. Hal ini sejalan dengan penelitian Septy, dkk. (2022), yang menunjukkan bahwa siswa SD cenderung memiliki *smartphone* sebagai perangkat utama untuk mengakses media sosial. Penelitian Bawa, dkk. (2023) juga mendukung penelitian ini, di mana mahasiswa teknik tamale lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk aktivitas media sosial.

Penelitian lain dari Daeng, dkk. (2017) juga mengungkapkan bahwa *smartphone* dikategorikan sebagai media baru karena kemampuannya untuk mengakses informasi secara cepat melalui fasilitas internet. Selain itu, *smartphone* menyediakan beragam fitur komunikasi yang lebih modern, seperti *video call*, yang menawarkan

pengalaman komunikasi jarak jauh yang lebih interaktif dibandingkan telepon atau sms. Dari keunggulan-keunggulan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *smartphone* telah menjadi perangkat yang tak tergantikan dalam menunjang aktivitas media sosial bagi generasi z dan alpha. Pilihan tidak hanya mencerminkan preferensi pengguna, tetapi juga kebutuhan akan efisiensi, fleksibilitas, dan aksesibilitas dalam aktivitas digital sehari-hari.

Lama Penggunaan Media sosial

Lama penggunaan media sosial merujuk pada durasi waktu sejak pertama kali seseorang mulai menggunakan platform media sosial hingga saat ini. Aspek ini untuk mengetahui seberapa lama responden telah terlibat dengan media sosial, baik berapa bulan maupun berapa tahun. Berikut hasil analisis peneliti mengenai lama penggunaan media sosial oleh responden dalam penelitian ini:

Tabel 7. Lama Menggunakan Media Sosial Responden

No	Lama Menggunakan Media Sosial	Gen Z		Gen Alpha		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	1 Tahun	5	1,27	25	6,35	30	7,61
2	2 Tahun	18	4,57	65	16,50	83	21,07

3	3 Tahun	57	14,47	56	14,21	113	28,68
4	Lainnya	117	29,70	51	12,94	168	42,64
Total		197	50	197	50	394	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Berdasarkan tabel di atas, responden dari kalangan generasi z yang telah lama menggunakan media sosial hingga sekarang banyak memilih pada 3 tahun dengan jumlah 57 responden (14,47%), diikuti oleh mereka yang menggunakan media sosial sudah 2 tahun lamanya dengan 18 responden (4,57%), dan untuk 1 tahun dipilih oleh 5 responden (1,27%). Sementara untuk kategori lainnya dipilih sebanyak 117 responden (29,70%), yang di mana pada kategori ini terdapat 1 responden (0,25%) yang sudah memiliki media sosial selama 15 tahun.

Sementara itu, di kalangan generasi alpha, lama penggunaan media sosial paling dominan adalah 2 tahun, dengan jumlah 65 responden (16,50%). Pada 3 tahun responden yang memilih berjumlah 56 responden (14,21%), sementara 25 responden (6,35%) telah menggunakan media sosial selama 1 tahun. Lama penggunaan media sosial

pada kategori lainnya ini tercatat ada 2 responden (0,51%) yang memiliki media sosial sudah 7 tahun lamanya. Adapun yang mengungkapkan bahwa mereka baru memiliki media sosial sekitar 1 bulan yaitu ada 1 responden (0,25%).

Secara keseluruhan kurang dari setengahnya responden, baik generasi z dan generasi alpha di kelurahan sidomulyo barat memiliki pengalaman dalam lama menggunakan media sosial hingga sekarang kurang dari setengahnya memilih selama 3 tahun dengan jumlah 113 responden (28,68%). Sebagian kecil pengguna dengan durasi 2 tahun menempati urutan berikutnya sebanyak 83 responden (21,07%), diikuti oleh 30 responden (7,61%) yang telah menggunakannya selama 1 tahun. Kategori lainnya, gen z dan alpha kurang dari setengahnya memilih sebanyak 168 responden (42,64%).

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kedua generasi ini telah menggunakan media sosial dalam jangka waktu yang relatif panjang, dengan sebagian besar memiliki pengalaman menggunakan media sosial sudah 3 tahun lamanya. Durasi ini kemungkinan mencakup periode awal penggunaan media sosial mereka, termasuk saat pandemi Covid-19, di mana pembatasan sosial membuat banyak orang jarang keluar rumah dan lebih bergantung pada media sosial untuk berkomunikasi, mengakses hiburan, dan belajar. Selama masa pandemi, media sosial menjadi saluran utama untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, serta untuk mengikuti pembelajaran dan pendidikan. Oleh

karena itu, durasi penggunaan media sosial yang mencapai 3 tahun ini menunjukkan bahwa kedua generasi ini semakin terbiasa dan terhubung dengan berbagai platform media sosial yang mereka akses untuk kebutuhan mereka sehari-hari.

Waktu Penggunaan Media Sosial

Waktu penggunaan media sosial ini mengacu pada durasi harian yang dihabiskan oleh individu untuk berinteraksi dengan berbagai platform media sosial. Hal ini untuk mengidentifikasi intensitas keterlibatan pengguna dalam aktivitas media sosial setiap harinya. Berikut disajikan hasil mengenai waktu penggunaan media sosial oleh responden pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Waktu Menggunakan Media Sosial Responden

No	Waktu Menggunakan Media Sosial	Gen Z		Gen Alpha		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	Kurang dari 1 jam	17	4,31	29	7,36	46	11,68
2	1 jam	15	3,81	34	8,63	49	12,44
3	2 jam	46	11,68	54	13,71	100	25,38
4	3 jam	46	11,68	44	11,17	90	22,84
5	4 jam	32	8,12	29	7,36	61	15,48
6	Lainnya	41	10,41	7	1,78	48	12,18
Total		197	50	197	50	394	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Berdasarkan tabel di atas, responden dari generasi z mayoritas menghabiskan waktu menggunakan media sosial selama 2 hingga 3 jam per hari, dengan masing-masing mencatat 46 responden (11,68%). Responden yang memilih menggunakan media sosial selama 4 jam terdapat 32 responden (8,12%). Durasi penggunaan yang lebih rendah, seperti kurang dari 1 jam ada 17 responden (4,31%) dan 1 jam sebanyak 15 responden (3,81%). Sementara itu, durasi penggunaan yang lebih lama tercatat dalam kategori lainnya ada 41 responden (10,41%). Pada kategori lainnya ini, durasi yang paling lama dipilih oleh gen z adalah 24 jam dengan 3 responden (0,76%).

Pada generasi alpha, durasi penggunaan media sosial yang paling dominan adalah 2 jam dengan 54 responden (13,71%), diikuti oleh 3 jam yang dipilih oleh 44 responden (11,17%) dan 4 jam sebanyak 29 responden (7,36%). Penggunaan media sosial dengan durasi yang lebih rendah, seperti 1 jam ada 34 responden (8,63%) dan kurang dari 1 jam terdiri dari 29

responden (7,36%). Durasi penggunaan yang lebih lama tercatat dalam kategori lainnya dengan 7 responden (1,78%). Pada kategori lainnya, generasi alpha yang memilih durasi penggunaan media sosial per hari yang paling lama hingga 14 jam terdapat 1 responden (0,25%).

Secara keseluruhan responden dari kedua generasi ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial kurang dari setengahnya memilih durasi 2 jam per hari dengan total 100 responden (25,38%). Sebagian kecil disusul oleh 90 responden (22,84%) yang terdapat penggunaan selama 3 jam, 61 responden (15,48%) selama 4 jam per hari, sebanyak 49 responden (12,44%) menghabiskan waktu dalam menggunakan media sosial selama 1 jam dan kurang dari 1 jam memiliki 46 responden (11,68%). Sedangkan pada kategori lainnya, ada 48 responden (12,18%).

Dapat disimpulkan bahwa baik dari kalangan gen z dan alpha lebih banyak memilih menghabiskan 2 hingga 3 jam setiap harinya untuk mengakses media sosial. Hal ini sesuai dengan data

survei dari We Are Social (2024), yang menunjukkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu lebih dari 3 jam per hari di media sosial. Hal ini juga dibuktikan dengan penelitian Hermila, dkk. (2023), mengungkapkan bahwa mahasiswa rata-rata menghabiskan lebih dari 2 jam untuk menggunakan media sosial. Selain itu, penelitian Septy, dkk. (2022), menemukan bahwa siswa SD rata-rata menghabiskan waktu lebih kurang 3 jam untuk mengakses media sosial. Durasi yang cukup panjang ini mencerminkan kecenderungan kuat masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda,

dalam menggunakan media sosial sebagai bagian dari kegiatan sehari-hari mereka.

Tempat Mengakses Media Sosial

Dalam mengakses media sosial tentu melihat bagaimana tempat ataupun kondisi sekitar. Lokasi seperti rumah, sekolah, universitas, kantor, atau lainnya dapat menjadi tempat yang bisa responden gunakan dalam mengakses media sosial, tergantung jaringan internet serta kenyamanan responden. Berikut hasil data yang telah diolah peneliti mengenai tempat penggunaan media sosial oleh responden:

Tabel 9. Tempat Mengakses Media Sosial Responden

No	Tempat Mengakses Media Sosial	Gen Z		Gen Alpha		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%
1	Rumah	173	43,91	194	49,24	367	93,15
2	Sekolah	0	0,00	0	0,00	0,00	0,00
3	Universitas	2	0,51	0	0,00	2	0,51
4	Kantor	1	0,25	0	0,00	1	0,25
5	Lainnya (di mana saja)	21	5,33	3	0,76	24	6,09
Total		197	50	197	50	394	100

Sumber: Data Diolah Desember 2024

Berdasarkan tabel di atas, kurang dari setengahnya responden dari generasi z memilih rumah sebagai tempat utama untuk mengakses media sosial, dengan jumlah mencapai 173

responden (43,91%). Selain itu, ada 2 responden (0,51%) mengakses media sosial di universitas, dan 1 responden (0,25%) melakukannya dari kantor. Tidak ada responden yang mengakses

media sosial di sekolah, seperti yang tercatat pada angka 0,00%. Sebagian kecil dari 21 responden (5,33%) memilih kategori lainnya yang kemungkinan meliputi tempat-tempat fleksibel di manapun mereka berada.

Selanjutnya, responden dari generasi alpha mengakses media sosial dari rumah, dengan jumlah 194 responden (49,24%). Tidak ada responden yang memilih mengakses media sosial di sekolah, universitas, ataupun kantor. Sebaliknya, 3 responden (0,76%) memilih kategori lainnya, yang dapat mencakup berbagai lokasi untuk mengakses media sosial.

Secara keseluruhan dari kedua generasi ini sebagian besar responden mengakses media sosial di rumah, dengan jumlah 367 responden (93,15%). Sementara itu, responden yang mengakses media sosial di universitas berjumlah 2 responden (0,51%) dan di kantor hanya 1 responden (0,25%). Sebagian kecil responden pada lainnya menyatakan bahwa mereka mengakses media sosial

di mana saja dengan jumlah 24 responden (6,09%).

Kesimpulannya, mayoritas responden dari kedua generasi ini sama-sama lebih memilih mengakses media sosial di rumah. Hal ini menunjukkan bahwa rumah menjadi tempat yang nyaman dan mendukung untuk mengakses media sosial dibandingkan dengan lokasi lainnya. Beberapa faktor yang mendukung hal ini meliputi akses jaringan wifi yang stabil, suasana yang lebih tenang, serta kontrol yang lebih besar atas waktu dan privasi. Di rumah, pengguna juga memiliki lebih banyak waktu luang untuk menggunakan media sosial, terutama saat tidak ada aktivitas lain yang perlu dilakukan. Media sosial sering digunakan untuk mengisi waktu senggang, sehingga rumah menjadi pilihan lokasi yang ideal. Adapun hasil penelitian yang sama yaitu penelitian Septy, dkk. (2022), yang mengungkapkan bahwa sebagian besar siswa cenderung mengakses media sosial di rumah. Oleh karena itu, dalam penggunaan media sosial oleh generasi

alpha, diperlukan keterlibatan aktif dari orang tua.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan gen z dan alpha di kelurahan sidomulyo barat sebagai berikut. Tidak ada perbedaan dalam penggunaan media sosial jenis media sosial, akses situs, perangkat, lama, waktu, dan tempat penggunaan media sosial pada kedua generasi tersebut. Untuk jenis media sosial yang banyak digunakan yaitu whatsapp, tiktok dan instagram. Akses situs penggunaan media sosial cenderung menggunakan wifi, sedangkan perangkat yang digunakan untuk mengakses media sosial adalah smartphone. Lama penggunaan media sosial mayoritas responden telah menggunakan media sosial rata-rata selama 3 tahun. Waktu penggunaan media sosial berada di kisaran 2 jam per hari. Sementara itu, tempat mengakses media sosial yang banyak dipilih adalah

rumah. Tidak terdapat perbedaan alasan penggunaan media sosial pada kedua generasi. Kedua generasi tersebut mengungkapkan bahwa mereka menggunakan media sosial dengan alasan untuk hiburan. Dampak positif penggunaan media sosial untuk kedua generasi ini yaitu memudahkan komunikasi dengan teman atau keluarga dan dampak negatifnya adalah banyak merasakan kecanduan dan menghabiskan terlalu banyak waktu.

Saran

Peneliti juga memberikan saran agar pustakawan lebih aktif dalam membangun personal branding melalui berbagai pelatihan, pengembangan diri, dan terlibat aktif di media sosial serta di dalam komunitas profesional untuk pustakawan. Perpustakaan juga perlu memberikan dukungan berupa fasilitas-fasilitas yang mendukung untuk meningkatkan kompetensi seorang pustakawan dalam Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar orang tua dan pendidik meningkatkan pendampingan serta literasi digital untuk meminimalkan dampak negatif

penggunaan media sosial pada Gen Z dan Alpha, terutama terkait kecanduan dan penggunaan berlebihan. Media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi yang positif melalui konten kreatif dan informatif. Selain itu, penelitian selanjutnya perlu memperluas variabel dan metode, seperti menambahkan aspek psikologis atau menggunakan pendekatan kualitatif, serta memperluas lokasi penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan media sosial pada generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Hermila, Sri Ayu Ashari, Rahmat Taufik R. .. Bau, and Sitti Suhada. 2023. "Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Teknik Informatika Ung)." *Inverted: Journal of Information Technology Education* 3(2). doi: 10.37905/inverted.v3i2.21172.
- APJII. 2024. "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." *Apjii.or.Id*. Retrieved January 9, 2024 (<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>).
- Daeng, Intan Trivena Maria, N. .. Mewengkang, and Edmon R. Kalesaran. 2017. "Jurnal Kemudahan Smartphone." *Acta Diurna* 6(1):1-15.
- Khairina, Khairina. 2023. "POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN REMAJA(Survei Deskriptif Pada Siswa SMPN 3 Batusangkar)."
- Nasrullah, Rulli. 2020. *Media Sosial Perspektif Dan Socioteknologi Komunikasi, Budaya*. edited by N. S. Nurbaya. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Social, We Are. 2024. "Digital 2024." *Wearesocial.Com*. Retrieved February 9, 2024 (<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>).
- Tahun, Nomor, Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, and Lika Mulki Latief. 2024. "Keterlibatan Penggunaan Media Sosial Pada Interaksi Sosial Di Kalangan Gen Z Meningkatkan Kreatifitasnya Untuk Mendesain Isi Media Yang Dimiliki , Dapat Mengirim Dan." 1.