

Adaptasi Penggunaan Teknologi Media Sosial dan Media Televisi dalam Mengakses Informasi pada Generasi X di Desa Tapos Depok

Muhammad Reza^{1*}, Sardi Duryatmo², Asthania Suandi³

^{1,2,3} Universitas Pakuan, Indonesia

Email: muhammadreza@unpak.ac.id

Abstrak

Sebagai salah satu negara berkembang, perkembangan masyarakat informasi ditandai dengan munculnya industri media seperti media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dll) dan media elektronik (radio, televisi). Kemudahan penggunaan teknologi baru paling memengaruhi keputusan pengguna dari berbagai usia. Pengaruh usia memiliki dampak langsung pada persepsi seseorang tentang kegunaan teknologi informasi dalam penggunaan jangka pendek dan jangka panjang. Sebuah generasi didefinisikan sebagai kelompok orang yang diidentifikasi berdasarkan tahun kelahiran, usia, karakteristik, dan peristiwa kehidupan yang terjadi selama tahap perkembangan mereka. Munculnya teknologi media baru menciptakan kebiasaan baru dan budaya baru dalam konsumsi media, yang berdampak pada aspek sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sikap penggunaan media sosial dan media televisi pada generasi X di Kelurahan Tapos. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi X Kelurahan Tapos. Sampel penelitian yaitu 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan analisis data menggunakan SEM-PLS dengan Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi kesenjangan digital yang dilihat dari beberapa aspek yaitu, pendapatan perbulan, minat dari penggunaan media dan kepemilikan jaringan yang kuat, mereka tetap dapat mengikuti perkembangan teknologi walaupun mereka memiliki keterbatasan akses.

Kata Kunci: Kesenjangan Digital, Media Sosial, *Technology Acceptance Model*, Televisi,

Abstract

As one of the developing countries, the development of the information society is marked by the emergence of media industries such as print media (newspapers, magazines, tabloids, etc.) and electronic media (radio, television). The ease of use of new technologies most influences the decisions of users of different ages. The influence of age has a direct impact on a person's perception of the usefulness of information technology in short-term and long-term use. A generation is defined as a group of individuals identified based on the year of birth, age, characteristics, and life events that occur at their developmental stage. The emergence of new media technologies creates new habits and new cultures in media consumption, which has an impact on social, cultural, economic, and political aspects. This research was conducted using a descriptive quantitative method to understand what factors affect the attitude of using social media and television media in generation X in Tapos Village. The population in this study is generation X of Tapos Village. The research sample was 100 people. Sampling was done using

purposive sampling and data analysis using SEM-PLS with Smart PLS. The results of this study show that there is no digital divide seen from several aspects, namely, monthly income, interest in media use and strong network ownership, they can still keep up with technological developments even though they have limited access.

Keywords: *Digital Divide, Social Media, Technology Acceptance Model, Television.*

Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu negara berkembang di mana munculnya industri media seperti media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dll) dan media elektronik (radio, televisi). Masyarakat informasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sekelompok orang yang mampu memanfaatkan sepenuhnya teknologi informasi dan komunikasi terkini (Wiyono & Wijaya, 2020). Tingginya kebutuhan informasi dalam kehidupan masyarakat diwujudkan dalam penerapan teknologi informasi dalam kegiatan sosial, pengajaran, dan bisnis, serta kemampuan pertukaran data digital secara cepat dalam jarak jauh, yang merupakan ciri utama masyarakat informasi itu sendiri (Simarmata et al., 2020).

Kemudahan penggunaan teknologi baru paling memengaruhi keputusan pengguna dari berbagai usia. Pengaruh usia memiliki dampak langsung pada persepsi seseorang tentang kegunaan teknologi informasi dalam penggunaan jangka pendek dan jangka panjang (Wahyono, 2019). Pengaruh usia yang lebih besar terutama terkait dengan pekerja, karena pekerja dengan usia yang lebih tua cenderung kurang siap atau menerima teknologi informasi baru (Saebah & Asikin, 2022).

Menurut definisi, generasi adalah kelompok orang yang ditetapkan berdasarkan tahun kelahiran, usia, karakteristik, dan peristiwa kehidupan yang terjadi pada tahap perkembangan mereka (Nurfiyah et al., 2019);(Firamadhina & Krisnani, 2020). Generasi adalah kelompok orang yang berasal dari rentang waktu yang sama yang memiliki perbedaan sejarah, pengalaman, atau zaman selama periode waktu yang sama (Aisa & Lisvita, 2020).

Generasi X sendiri merupakan generasi yang lahir antara tahun 1960 hingga tahun 1980. Generasi ini mengenal gawai dan teknologi di masa perkembangan awal. Selain itu, generasi X dianggap mampu beradaptasi dengan keadaan, serta memiliki keinginan untuk tetap mengikuti perkembangan demi mencapai kualitas hidup yang lebih baik (Kumala et al., 2020). Generasi X dapat mengadopsi keadaan baru relatif cepat serta memiliki keinginan untuk berubah dan mendapat hal-hal baru melalui belajar mandiri (observasi, pembiasaan, dan sebagainya) hingga belajar dari lingkungan (komunitas, keluarga, rekan, dan sebagainya) (Anggraeni, 2015);(Bily Ahmad, 2022).

Media televisi merupakan media massa elektronik yang mampu menyebarkan informasi secara cepat, menjangkau khalayak secara simultan melalui berbagai program seperti infotainment, hiburan, periklanan, sinetron, dan film (Fauzi et al., 2023). Televisi mempunyai potensi dan efisiensi yang besar dalam mempengaruhi pikiran, perasaan, emosi bahkan kepribadian dan perilaku sehari-hari seseorang (Cholik, 2021). Pada dasarnya peran utama media televisi adalah memberikan informasi atau informasi yang

mengandung unsur pendidikan, informasi, hiburan, dan promosi. Pada tanggal 17 Agustus 1962, siaran televisi pertama di Indonesia meliputi upacara peringatan Hari Proklamasi yang diadakan di Istana Negara.

Berdasarkan data Bank Dunia tahun 2022, komposisi usia kerja Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Peningkatan ini tercatat sebesar 67,59 persen pada tahun 2018, 67,73 persen pada tahun 2019, dan mencapai puncaknya pada 67,8 persen dari total penduduk Indonesia pada tahun 2020. Pengguna internet di Indonesia juga meningkat secara signifikan. Pada tahun 2016, terdapat 103 juta pengguna internet. Jumlah ini kembali meningkat pada tahun 2019 menjadi 171 juta orang. Pengguna internet di Indonesia sendiri mencapai puncaknya pada tahun 2022, dengan rata-rata pangsa penggunaan sebesar 72,98 persen di antara pengguna di delapan provinsi di Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022).

Perubahan perilaku konsumsi media bukanlah fenomena baru dan sudah terjadi sejak lama (Indiarma, 2023). Munculnya teknologi media baru menciptakan kebiasaan baru dan budaya baru dalam konsumsi media, yang berdampak pada aspek sosial, budaya, ekonomi, dan politik (Utami, 2021). Transisi dari media lama ke media baru telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi media. Masyarakat cenderung memilih cara yang lebih efisien dan efektif dalam menggunakan media baru. Munculnya Internet dan perangkat digital telah mengantarkan era baru konvergensi media, dimana semua mode media diintegrasikan ke dalam satu perangkat.

Pada tingkat penggunaan media, faktor demografi tentunya mempengaruhi perilaku pemilihan konten dan penggunaan media (Mustikarani & Irwansyah, 2019). Menurut teori Anderson, status demografi dapat mempengaruhi kesejahteraan seseorang, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Komposisi penggunaan Internet berdasarkan usia pada tahun 2022 menunjukkan bahwa penggunaan Internet mendominasi penggunaan media di kalangan dewasa dan remaja, yaitu sebesar 74,23 persen dan 75,50 persen pangsa penggunaan media (APJII, 2022). Tingkat penggunaan internet berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa siswa aktif menggunakan Internet, sehingga menjadikan mereka kelompok populasi terbesar yaitu sebesar 88,24 persen, 79,23 persen, dan 70,54 persen (APJII, 2022).

Kesenjangan digital di Depok, Jawa Barat masih menjadi permasalahan yang terjadi antara kota dan desa karena terbatasnya infrastruktur internet. Selain keterjangkauan dan akses, literasi digital juga menjadi isu utama. Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil mendirikan Jabar Digital Services (JDS), cabang layanan digital Provinsi Jawa Barat, untuk mengatasi permasalahan tersebut dan menjadikan Jabar sebagai provinsi digital. Untuk mewujudkan mimpi tersebut, langkah-langkah strategis telah diambil, termasuk promosi literasi digital (Lolanda Hamim Annisa, 2023).

Analisis kesenjangan digital di kalangan Generasi X dalam penggunaan televisi dan media sosial juga dapat memberikan wawasan penting mengenai upaya meningkatkan inklusi digital. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kesenjangan ini, kita dapat mengidentifikasi langkah-langkah yang diperlukan untuk

mengurangi kesenjangan digital dan memastikan bahwa seluruh anggota masyarakat memiliki akses dan partisipasi yang setara di dunia digital (Anugrah et al., 2023).

Pemilihan wilayah penelitian didasarkan oleh kedekatan dengan perkotaan dan dinilai memiliki kesenjangan digital yang tinggi. Sebab, memilih mempertahankan budaya desa sekaligus harus menghadapi kehidupan kota besar Kota Depok. Berdasarkan pemberitaan RadarDepok.com walikota Depok, Mohammad Idris Fokuskan pada masalah kemiskinan di Kecamatan Tapos karena indeks pembangunan manusia (IPM) wilayah tersebut berada di posisi 2 terakhir, Salah satu faktor IPM yaitu rendahnya Tingkat literasi dan adaptasi digital untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia.

Kecamatan Tapos juga menjadi wilayah dengan jumlah warga miskin terbanyak di Kota Depok, Jawa Barat (Jabar). Untuk itu penulis memilih Kota Depok, tepatnya Kota Depok di Tapos, Jawa Barat, sebagai lokasi penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Teori Acceptance Model* (TAM) untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor kesenjangan digital : persepsi kemudahan, persepsi penggunaan, dan sikap penggunaan terhadap minat mengakses informasi media sosial dan media televisi pada Generasi X di Kelurahan Tapos, Kecamatan Tapos, Kota Depok.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana faktor sikap penggunaan media sosial dan media televisi terhadap minat mengakses informasi pada Generasi X adalah melalui pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan gejala, fenomena atau peristiwa tertentu. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait dengan fenomena kondisi, atau variabel tertentu dan tidak dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerimaan sikap dan minat Generasi X terhadap media sosial dan media televisi dalam mengakses informasi. Survei ini melibatkan pertanyaan mengenai, penggunaan media, manfaat dan kemudahan saat penggunaan media sosial dan media televisi, dan hambatan yang dihadapi dalam mengakses informasi melalui media sosial dan media televisi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Metode pengambilan sampel non-probabilitas menggunakan penilaian subjektif peneliti daripada pengambilan sampel acak.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Maka sampel pada penelitian ini yaitu Generasi X di Kelurahan Tapos, Kecamatan Tapos, Kota Depok. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM untuk mengetahui faktor-faktor adaptasi penggunaan teknologi media baru dan media televisi Pada Generasi X di Desa Tapos Depok.

Hasil dan Pembahasan

Pengambilan sampel untuk penelitian ini dilakukan secara acak pada generasi x di Kelurahan Tapos, Kecamatan Tapos, Kota Depok. Dengan bantuan software SmartPLS versi 4, data hasil angket dikumpulkan dan diolah menggunakan metode analisis PLS-SEM selanjutnya diuji dalam bentuk hasil analisis model pengukuran (exomodel). Model struktural (model internal), hasil analisis model penelitian digunakan untuk memperoleh interpretasi berdasarkan data kuantitatif untuk menjawab hipotesis penelitian. Jumlah responden penelitian ini adalah 100 responden.

Analisis outer model

Uji validitas konvergen

Uji validitas konvergen, sekumpulan indikator menunjukkan satu variabel laten dan bertanggung jawab atas variabel laten tersebut. Menurut Hardisman (2021) suatu indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* >0.6. Ketika suatu indikator memiliki nilai *outer loading* <0.6 maka indikator tersebut dikatakan tidak valid dan harus dieliminasi.

Tabel 1. Hasil uji validitas konvergen

Variabel	Inikator	Outer loading	Keterangan
Persepsi penggunaan	PP1	0.733	Valid
	PP2	0.799	Valid
	PP3	0.725	Valid
	PP4	0.629	Valid
	PP5	0.679	Valid
	PP6	0.730	Valid
Persepsi kemudahan	PK1	0.725	Valid
	PK2	0.563	Tidak Valid
	PK3	0.723	Valid
	PK4	0.709	Valid
	PK5	0.705	Valid
	PK6	0.638	Valid
Sikap penggunaan	SP1	0.795	Valid
	SP2	0.778	Valid
	SP3	0.748	Valid
	SP4	0.714	Valid
	SP5	0.594	Tidak Valid
	SP6	0.583	Tidak Valid
Minat penggunaan	MP1	0.643	Valid
	MP2	0.699	Valid
	MP3	0.865	Valid
	MP4	0.566	Tidak Valid
	MP5	0.692	Valid
	MP6	0.627	Valid

Berdasarkan hasil dari perhitungan validitas konvergen nilai *loading factor* dari setiap variable yaitu diantara 0.563 sampai 0.865, artinya terdapat variable yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0.6. empat indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0.6 yaitu PK2, SP5, SP6, dan MP4. Hair (2014) menyatakan bahwa indikator yang memiliki nilai *loadinfactor* diantara 0,40 sampai 0,70 dapat dipertimbangkan untuk direduksi jika hasilnya meningkatkan *composite reability*.

Uji Validitas Diskriminan

Dalam pengujian fornell-larcker, nilai indikator konstruk harus lebih tinggi daripada korelasi konstruk dengan variabel laten lainnya, dan dalam pengujian cross loading, nilai AVE konstruk harus lebih tinggi (Sekaran & Bogue, 2016). Kriteria yang diberikan oleh Fornell-Larcker dan "crossloadings" digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan.

Tabel 2. fornell-larcker criteriation

	Minat penggunaan	Persepsi kemudahan	Pesepsi penggunaan	Sikap penggunaan
Minat penggunaan	0.797			
Persepsi kemudahan	0.722	0.869		
Pesepsi penggunaan	0.741	0.709	0.719	
Sikap penggunaan	0.730	0.748	0.717	0.792

Berdasarkan perhitungan melalui SmartPLS untuk nilai *cross loading* indikator-indikator dari setiap variabel memiliki nilai yang lebih tinggi dengan variable yang mendasarinya jika dibandingkan dengan variable lainnya. Hasil perhitungan dari *fornell-larcker* juga menunjukan bahwa semua variabel pada penelitian ini memenuhi kriteria karena nilai akar kuadrat dari nilai AVE lebih tinggi dari nilai maksimum korelasi variabel yang terlibat dengan variabel dalam sebuah model.

Uji Reliabilitas

Nilai reliabilitas komposit harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang mengkonfirmasi, dan nilai antara 0,6 dan 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang mengeksplorasi (Ghozali & Latan, 2015: 75).

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

	Cronbach's <i>alpha</i>	Composite reliability (<i>rho_a</i>)	Composite reliability (<i>rho_c</i>)	Keterangan
Minat penggunaan	0,766	0,796	0,843	Reliabel
Persepsi kemudahan	0,755	0,760	0,835	Reliabel
Pesepsi penggunaan	0,811	0,824	0,863	Reliabel
Sikap penggunaan	0,798	0,812	0,870	Reliabel

Setelah dilakukan perhitungan melalui SmatPLS, nilai *Cronbach's Alpha* yang didapat yaitu semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6.

Analisis inner model

Collinearity (uji kolinearitas)

Variance Inflation Factor (VIF) adalah alat yang dapat digunakan untuk menilai kolinearitas; jika nilai VIF tidak melebihi 5,00, maka tidak ada masalah kolinearitas di

antara konstruk prediktor. Sebaliknya, jika nilai VIF melebihi 5,00, maka ada masalah kolinearitas di antara konstruk prediktor.

Tabel 4. Hasil uji kolinearitas (inner VIF Value)

	Minat penggunaan	Persepsi kemudahan	Pesepsi penggunaan	Sikap penggunaan
Minat penggunaan				
Persepsi kemudahan	4.693			4.088
Pesepsi penggunaan	4.274			4.088
Sikap penggunaan	2.374			

Berdasarkan perhitungan nilai VIF pada variabel-variabel sebesar 2.374 sampai 4.693, artinya nilai VIF semua variabel dibawah 5,00 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah kolinearitas pada model.

R Square

Nilai *R square* digunakan untuk menilai Seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen dapat diukur dengan menggunakan nilai R-squared (R2). Nilai kotak R menunjukkan tiga kategori: kuat, moderat, dan lemah (Hair et al., 2011). Nilai kotak R 0,75 menunjukkan kategori kuat, nilai kotak R 0,50 menunjukkan kategori moderat, dan nilai kotak R 0,25 menunjukkan kategori lemah (Hair et al., 2011).

Tabel 5. Nilai R Square (R2)

	R-square
Minat penggunaan	0,679
Sikap penggunaan	0,579

Berdasarkan tabel diatas, nilai R² yang dihasilkan yaitu pada variabel minat penggunaan 0,679 dan sikap penggunaan 0,579 yang artinya jika melihat pada standar yang ditetapkan model dinyatakan seabagi model yang moderat karena nilai tersebut berada diantara 0,50 – 0,75.

F-Square Effect Size (f²)

Nilai f-Square adalah tes tambahan yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel endogen terhadap variabel eksogen (Hardishman, 2021). Nilai f-Square konstruk tidak memiliki pengaruh jika di bawah 0,02; jika berada di antara 0,02 dan 0,15, itu memiliki pengaruh yang kecil; jika berada di antara 0,15 dan 0,35, itu memiliki pengaruh yang sedang; dan jika nilai f-Square lebih dari 0,35, konstruk dianggap memiliki pengaruh yang signifikan (Hair et al., 2011).

Tabel 6. Nilai F-Square F²

	Minat penggunaan	Persepsi kemudahan	Pesepsi penggunaan	Sikap penggunaan
Minat penggunaan				
Persepsi kemudahan	0.151			0.148
Pesepsi peng	0.011			0.045

Gunaan	
Sikap	
penggunaan	0.107

Berdasarkan perhitungan *f-square* pada SmartPLS didapat nilai yang ada pada rentang 0,011 sampai 0,148 yang artinya variabel eksogen pada penelitian ini memiliki pengaruh yang beragam. Pada variabel kemudahan persepsi memiliki nilai 0,151 dengan arti memiliki pengaruh sedang terhadap variabel minat penggunaan, sedangkan terhadap sikap penggunaan memiliki sedikit pengaruh karena nilai f^2 sebesar 0.148. pada variabel persepsi penggunaan terdapat nilai f^2 0.011 maka dapat diartikan tidak adanya pengaruh terhadap variabel minat penggunaan, sedangkan terhadap sikap penggunaan nilai f^2 sebesar 0,045 maka dapat diartinya memiliki sedikit pengaruh pada persepsi penggunaan terhadap sikap penggunaan. Variabel sikap penggunaan terhadap minat penggunaan terdapat nilai f^2 sebesar 0,107 maka dapat diartikan kecil pengaruh pada variabel tersebut.

Goodness Of Fitt (GoF)

Nilai standar GoF, yaitu 0,1 untuk nilai GoF rendah, 0,25 untuk nilai GoF sedang, dan 0,35 untuk nilai GoF besar. (Ghozali, 2018).

Tabel 7. perhitungan Goodness of Fitt (GoF)

Variabel laten	AVE	R ²
Persepsi penggunaan	0.513	-
Persepsi kemudahan	0.462	-
Sikap penggunaan	0.628	0.579
Minat penggunaan	0.522	0.679
Nilai rata-rata	0.531	0.629
AVE × R ²		0.333
GoF = $\sqrt{AVE \times R^2}$		0.577

Hasil perhitungan GoF melalui rumus tersebut menghasilkan nilai sebesar 0,577 untuk model dalam penelitian ini yang mengindikasikan bahwa model memiliki kecocokan yang baik karena nilai tersebut berada diatas nilai GoF besar 0,35.

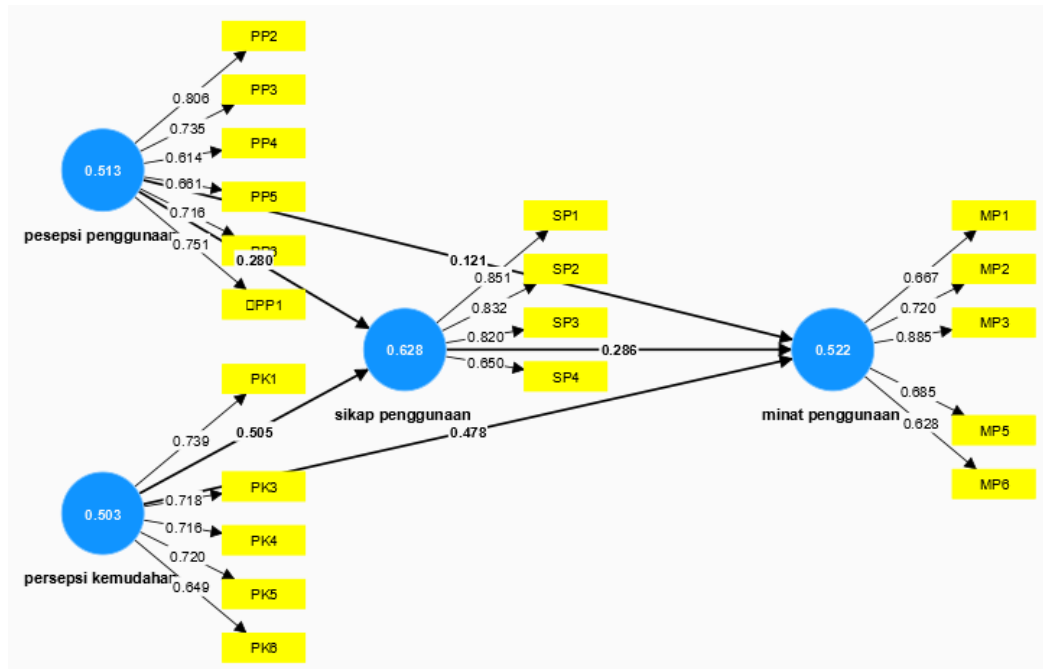
Blindfolding atau Nilai Q2 Predictive Relevance

Nilai Q2 digunakan untuk memvalidasi model variabel endogen, sehingga nilai Q2 tidak menilai model secara keseluruhan. Untuk mengukur Q2, SmartPLS digunakan melalui prosedur Blindfolding, sebuah teknik pengulangan sampel yang menghilangkan dan memprediksi setiap titik data pada model pengukuran secara reflektif dari indikator-indikator pada variabel endogen. Menurut Hair et al. (2014) Nilai Q2 variabel endogen dapat dianggap baik atau sesuai model jika nilainya lebih dari 0,02 (Hardishman, 2021).

Tabel 8. Hasil blindfolding (Q²)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Persepsi penggunaan	600,000	600,000	
Persepsi kemudahan	600,000	600,000	
Sikap penggunaan	600,000	418,559	0,302
Minat penggunaan	600,000	418,447	0,303

Pada table diatas dapat di artikan *sum square observation* (SSO) dan *sum square error* (SSE). Berdasarkan perhitungan nilai Q^2 melalui blindfolding pada SmartPLS, nilai Q^2 sikap penggunaan 0,302 dan minat penggunaan 0,303, maka dapat diartikan nilai Q^2 baik dan sesuai dengan model.



Gambar 1. Model akhir penelitian

Setelah proses direduksi untuk mengoptimalkan model dalam penelitian ini. Model akhir penelitian dapat dilihat secara keseluruhan pada gambar diatas. Berdasarkan gambar diatas panah yang mengarah dari variabel eksogen ke indikator merupakan nilai loading factor. Nilai yang berada pada lingkaran variabel menunjukan nilai *cronbach's alpha*. Kemudian nilai yang berada diantara garis penghubung variabel eksogen kepada variabel endogen merupakan nilai *path coefficient*. indikator yang telah direduksi yaitu, PK1, SP5, SP6, dan MP4.

Hipotesis

	<i>Path coefficient</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P values</i>	<i>Keterangan</i>
Persepsi kemudahan -> Minat penggunaan	0,478	3,020	0,003	Berpengaruh positif dan signifikan
Persepsi kemudahan -> Sikap penggunaan	0,505	3,792	0,000	Berpengaruh positif dan signifikan
Pesepsi penggunaan -> Minat penggunaan	0,121	0,915	0,360	Berpengaruh positif Dan Tidak Signifikan
Pesepsi penggunaan -> Sikap penggunaan	0,280	1,948	0,051	Berpengaruh positif Dan Signifikan
Sikap penggunaan -> Minat penggunaan	0,286	2,581	0,010	Berpengaruh positif dan signifikan

Persepsi kemudahan memiliki nilai koefisien sebesar 0,505 sehingga dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Sedangkan nilai *T statistic* persepsi kemudahan sebesar $3,792 > 1,960$ dan *p value* persepsi kemudahan sebesar $0,000 < 0,100$ maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan bersifat signifikan, hingga hipotesis (H3) persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap sikap penggunaan media sosial dan media televisi dalam mengakses informasi pada generasi X, dapat dinyatakan hipotesis diterima.

Persepsi kemudahan mendapatkan nilai koefisien sebesar 0,478 sehingga dapat dinyatakan memiliki pengaruh positif. Nilai *T statistic* $3,030 > 1,960$ dan *p values* $0,003 < 0,100$ maka mengindikasikan pengaruh persepsi kemudahan bersifat signifikan sehingga hipotesis (H4) persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan media sosial dan media televisi dalam mengakses informasi pada generasi X, maka dinyatakan hipotesis diterima.

Nilai koefisien persepsi penggunaan sebesar 0,280 maka dapat diartikan persepsi penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Nilai *T statistic* sebesar $1,948 < 1,960$ dan nilai *p value* $0,051 < 0,100$ maka dapat diartikan ada pengaruh signifikan. Pada hipotesis (H1) persepsi penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan media sosial dan media televisi dalam mengakses informasi pada generasi X, maka hipotesis diterima.

Persepsi penggunaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,121 maka dapat diartikan persepsi penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan. Dan nilai *T statistic* minat penggunaan sebesar $0,915 < 1,960$ dan *p value* $0,360 > 0,100$, maka dapat mengindikasikan pengaruh persepsi penggunaan bersifat tidak signifikan terhadap minat penggunaan, sehingga hipotesis (H2) persepsi penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan media sosial dan media televisi dalam mengakses informasi pada generasi X, maka hipotesis ditolak.

Sikap penggunaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,286 maka dapat dinyatakan sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Nilai *T statistic* sebesar $2,581 > 1,960$ dan *p values* $0,010 < 0,100$ maka dapat dinyatakan ada pengaruh signifikan. Dan pada hipotesis (H5) sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan media sosial dan media televisi dalam mengakses informasi pada generasi X, dapat diartikan hipotesis diterima.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menggunakan Teori Model Penerimaan Teknologi (TAM) menggunakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana pengguna menerima teknologi dan mengadopsinya. Dalam tesis doktoralnya berjudul, Fred Davis mengembangkan TAM pada tahun 1986.1 "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". memiliki keterkaitan yang erat dengan karakteristik Generasi X, yang tercermin dalam pengalaman dan pola pikir mereka sehari-hari. Generasi X, yang dikenal sebagai "*latchkey children*" oleh Warner dan Samberg, tumbuh dalam lingkungan di mana kedua orang tua mereka sibuk bekerja, menyebabkan mereka mengalami sedikit pengawasan dan mengembangkan kemandirian serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah secara independen.

Berbeda dengan generasi sebelumnya yang melihat pekerjaan sebagai gaya hidup, Generasi X memandang pekerjaan sebagai sebuah kontrak yang harus dilakukan, sambil tetap menjaga keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi. Etos kerja mereka cenderung lebih seimbang, di mana mereka menghargai waktu istirahat sebagai insentif penting dalam produktivitas mereka. Selain itu, Generasi X tumbuh di era kesetaraan gender, yang membentuk sikap.

Dalam konteks TAM, karakteristik mandiri, realistis, dan berorientasi pada keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi Generasi X memengaruhi persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan, manfaat, serta sikap dan niat penggunaan terhadap teknologi, sejalan dengan prinsip-prinsip yang ditekankan dalam TAM. Ada lima konstruk yang mendukung variabel-variabel dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Pertama, *Perceived Ease of Use* (PEOU) mengukur seberapa mudah seseorang percaya bahwa teknologi dapat dipahami dan digunakan, termasuk indikator seperti kemudahan pembelajaran dan penggunaan komputer.

Kedua, *Perceived Effectiveness* (PU) menilai sejauh mana teknologi memberikan manfaat kepada pengguna, seperti membuat pekerjaan lebih mudah dan efektif. Ketiga, *Attitudes in Use* (ATU) mencerminkan sikap pengguna terhadap penggunaan sistem, baik penerimaan maupun penolakan, yang meliputi aspek kognitif, emosional, dan perilaku. Keempat, *Usage Intention Behavior* (ITU) mencatat kecenderungan perilaku untuk terus menggunakan teknologi, termasuk motivasi untuk menggunakan dan memotivasi pengguna lain.

Kelima, *Actual System Usage* (ASU) mengukur seberapa sering dan seberapa lama teknologi digunakan dalam situasi nyata, yang mencerminkan kepuasan pengguna terhadap sistem tersebut. Setelah dilakukan penelitian lapangan mengenai kesenjangan digital penggunaan media sosial dan media televisi terhadap minat mengakses informasi pada generasi X menunjukkan keterkaitan erat antara hasil penelitian dan teori yang penulis gunakan. Temuan dari penelitian tersebut secara konsisten mencerminkan prinsip-prinsip yang mendasari Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang meliputi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap penggunaan, niat penggunaan, dan penggunaan sebenarnya.

Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi X cenderung memiliki minat yang tinggi dalam mengakses informasi melalui media sosial dan media televisi jika mereka merasakan kemudahan dalam penggunaannya. Hal ini sejalan dengan konsep *Perceived Ease of Use* (PEOU) dalam TAM, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berdampak pada minat penggunaan teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian Fadhilzha & Hetty (2020) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial membawa dampak pada minat penggunaan teknologi sehingga hal ini mendorong minat tinggi pada generasi muda untuk mengakses informasi.

Kedua, persepsi manfaat dari penggunaan media sosial dan televisi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap penggunaan dan minat penggunaan generasi X. Konsep ini sesuai dengan *Perceived Effectiveness* (PU) dalam TAM, yang menekankan pentingnya persepsi manfaat dalam membentuk sikap dan minat pengguna terhadap

teknologi. Selanjutnya, sikap penggunaan yang positif terhadap media sosial dan televisi juga ditemukan memengaruhi minat penggunaan pada generasi X. Temuan ini konsisten dengan konsep *Attitudes in Use* (ATU) dalam TAM, yang menyatakan bahwa sikap pengguna terhadap suatu teknologi mempengaruhi minat mereka untuk menggunakannya.

Selain itu, niat penggunaan dan penggunaan sebenarnya media sosial dan televisi juga terbukti dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan. Ini mencerminkan konsep *Usage Intention Behavior* (ITU) dan *Actual System Usage* (ASU) dalam TAM, yang menunjukkan bahwa niat dan tingkat penggunaan sebenarnya suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi dan sikap pengguna terhadap teknologi tersebut. Hal ini juga sama halnya dengan hasil penelitian dari Mardiyah (2021) yang menunjukkan bahwa adanya penggunaan media sosial dan televisi bisa mempengaruhi persepsi dalam penggunaannya dalam mengakses informasi (Anggraeni, 2015).

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan landasan yang kuat dalam memahami bagaimana generasi X menerima dan mengadopsi penggunaan media sosial dan media televisi sebagai sarana untuk mengakses informasi. Penelitian ini menemukan bahwa karakteristik Generasi X, seperti mandiri, realistis, dan mengutamakan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi, sangat relevan dalam kaitannya dengan konsep-konsep TAM.

Kesimpulan

Faktor-faktor kesenjangan digital, seperti keterbatasan infrastruktur internet dan masalah kemiskinan, mempengaruhi persepsi kemudahan, persepsi penggunaan, dan sikap penggunaan terhadap minat mengakses informasi melalui media sosial dan media televisi pada generasi X di Kelurahan Tapos. Meskipun menghadapi tantangan tersebut, persepsi kemudahan dalam menggunakan media sosial dan televisi tetap memberikan dorongan positif terhadap minat penggunaan, memungkinkan generasi X untuk mengatasi kesenjangan digital.

Selain itu, persepsi penggunaan yang baik, seperti kemudahan navigasi dan kesenangan dalam menggunakan media tersebut, turut meningkatkan sikap positif dan minat penggunaan media sosial dan televisi, meskipun terdapat kendala aksesibilitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa temuan penelitian ini tidak terjadi kesenjangan digital yang dilihat dari beberapa aspek yaitu, pendapatan perbulan, minat dari penggunaan media dan kepemilikan jaringan yang kuat, mereka tetap dapat mengikuti perkembangan teknologi walaupun mereka memiliki keterbatasan akses.

BIBLIOGRAFI

- Aisa, A., & Lisvita, L. (2020). Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19. *JoEMS (Journal of Education and Management)*, 3(4), 47–50.
- Anggraeni, R. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*

- Universitas Brawijaya Malang*). State University of Malang.
- Anugrah, G. T. P., Sjaf, S., & Hermansah, T. (2023). Analisis Kesenjangan Digital Tingkat Pertama dan Daya Beli Komunikasi Kelas Sosial di Desa Semplak Barat Kabupaten Bogor. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(6), 1–11.
- Bily Ahmad, G. F. (2022). Penilaian Tata Kelola Teknologi Informasi (IT Governance) Berdasarkan COBIT 5 Dengan Fokus Subdomain Deliver, Support and Service 01 (Studi Kasus: Bank XYZ). *Media Jurnal Informatika*, 14(1), 50. <https://doi.org/10.35194/mji.v14i1.2157>
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik Kuningan*, 2(2), 39–46.
- Fauzi, A. A., Kom, S., Kom, M., Budi Harto, S. E., Mm, P. I. A., Mulyanto, M. E., Dulame, I. M., Pramuditha, P., Sudipa, I. G. I., & Kom, S. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
- Indiarma, V. (2023). Inovasi Teknologi Informasi dan Komunikasi di Usaha Mikro Kecil Menengah Pedesaan (Adopsi Inovasi dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM di Desa Sukasari, Seluma). *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 3(3), 90–100.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust, dan security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi x di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/JMP.6.1.19-29>
- Lolanda Hamim Annisa. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Pengembangan Rancangan Model Rantai Pasok pada Bidang Pertanian. *Journal of Agribusiness Science and Rural Development*, 2(2), 38–46. <https://doi.org/10.32639/jasrd.v2i2.366>
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(01), 8–18.
- Nurfiyah, N., Mayangky, N. A., Hadiani, S., & Riana, D. (2019). Analisis technology acceptance model pada aplikasi platform perdagangan elektronik di kalangan mahasiswa. *Jurnal Teknik Informatika*, 12(1), 59–68.
- Saebah, N., & Asikin, M. Z. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534–1540.
- Simarmata, J., Chaerul, M., Mukti, R. C., Purba, D. W., Tamrin, A. F., Jamaludin, J., Suhelayanti, S., Watrianthos, R., Sahabuddin, A. A., & Meganingratna, A. (2020). *Teknologi Informasi: Aplikasi dan Penerapannya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan anak muda: perubahan bentuk media dalam interaksi keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 11(1), 8–18.
- Wahyono, H. (2019). Pemanfaatan teknologi informasi dalam penilaian hasil belajar pada generasi milenial di era revolusi industri 4. 0. *Proceeding of Biology Education*, 3(1), 192–201.
- Wiyono, A., & Wijaya, A. F. (2020). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Semarang Menggunakan Ward And Peppard.

Copyright holder:

Muhammad Reza, Sardi Duryatmo, Asthania Suandi (2024)

First publication right:

Syntax Admiration

This article is licensed under:

