

PERUBAHAN KONSUMSI INFORMASI GENERASI MILENIAL DARI MEDIA KORAN KE FACEBOOK DI KABUPATEN MAJALENGKA

THE TRANSFORMATION OF INFORMATION CONSUMPTION AMONG THE MILLENNIAL GENERATION FROM NEWSPAPERS TO FACEBOOK IN MAJALENGKA REGENCY

¹⁾Ono Cahyono, ²⁾Syamsul Arif Billah, ³⁾Ajeng Ayu Wulandari
^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Majalengka

Jl. Raya K H Abdul Halim No.103, Majalengka Kulon, Kec. Majalengka, Kabupaten Majalengka,
Jawa Barat 45418

onocahyono34@gmail.com¹, syamsularifbillah@unma.ac.id², aawulandari@unma.ac.id³

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat, khususnya generasi milenial yang mulai beralih dari media koran ke media sosial Facebook. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan konsumsi informasi generasi milenial di Kabupaten Majalengka serta faktor-faktor yang memengaruhi peralihan tersebut. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Informan penelitian terdiri atas Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka, Ketua Forum Taman Bacaan Masyarakat Kabupaten Majalengka, serta perwakilan generasi milenial sebagai pengguna Facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facebook menjadi media informasi yang lebih diminati karena mampu menyajikan informasi secara cepat, mudah diakses, interaktif, serta menyediakan ruang diskusi dan berbagai konten hiburan dalam satu platform. Di sisi lain, peralihan tersebut berdampak pada perubahan perilaku literasi, di mana generasi milenial cenderung lebih banyak melakukan scrolling dibandingkan membaca secara mendalam. Berdasarkan perspektif Uses and Gratifications, Facebook dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan informasi, interaksi sosial, hiburan, dan kemudahan akses pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi generasi milenial sekaligus memberikan implikasi penting bagi pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi publik yang lebih adaptif, partisipatif, dan berorientasi pada peningkatan literasi digital masyarakat.

Kata kunci: Facebook, generasi milenial, konsumsi informasi, media koran, Uses and Gratifications.

A.PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola konsumsi media masyarakat secara signifikan. Transformasi digital mendorong pergeseran dari media konvensional menuju media digital yang menawarkan akses informasi secara cepat, mudah, dan interaktif. Fenomena ini ditandai dengan semakin menurunnya ketergantungan masyarakat terhadap media cetak, seperti koran, dan meningkatnya penggunaan media digital serta media sosial sebagai sumber utama informasi. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh kemajuan teknologi internet, meningkatnya kepemilikan telepon pintar, serta berkembangnya platform media sosial yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara real-time dan berpartisipasi secara aktif dalam penyebaran informasi (Lu & Lin, 2022; Bahfiarti & Arianto, 2022).

Generasi milenial merupakan kelompok yang mengalami sekaligus mendorong perubahan pola konsumsi media di era digital. Sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan pesatnya perkembangan internet, teknologi informasi, dan media sosial, mereka memiliki tingkat literasi digital yang relatif lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya serta terbiasa memanfaatkan teknologi dalam berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari berkomunikasi, bekerja, belajar, hingga

memperoleh informasi. Kemudahan akses internet melalui perangkat seperti telepon pintar (*smartphone*), tablet, maupun komputer telah membentuk kebiasaan baru dalam mengakses informasi yang lebih mengutamakan kecepatan, fleksibilitas, dan kemudahan dibandingkan media konvensional. Kondisi tersebut menyebabkan generasi milenial semakin bergantung pada media digital sebagai sumber utama dalam memenuhi kebutuhan informasinya.

Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih banyak mengandalkan media cetak, seperti koran dan majalah, sebagai sumber informasi utama, generasi milenial cenderung memilih media sosial karena mampu menyajikan informasi secara real-time, mudah diakses kapan saja dan di mana saja, serta memungkinkan pengguna memperoleh berbagai informasi hanya melalui satu platform (Fahda, A., Azhari, & Fitri, M. N. 2026). Selain memberikan informasi yang lebih cepat, media sosial juga menyediakan berbagai format penyajian informasi, seperti teks, foto, video, infografis, hingga siaran langsung (*live streaming*), sehingga informasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh pengguna. Kemudahan tersebut menjadikan media sosial tidak hanya sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara aktif melalui fitur komentar, berbagi informasi (*sharing*), maupun diskusi secara daring.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif. Pengguna tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi (*audience*), tetapi juga sebagai penyebar informasi (*distributor*) bahkan pencipta informasi (*content creator*). Melalui berbagai fitur yang tersedia, generasi milenial dapat memberikan tanggapan terhadap suatu isu, menyampaikan opini, berdiskusi dengan pengguna lain, hingga membangun jejaring sosial tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki fungsi yang lebih luas dibandingkan media cetak karena tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan partisipasi masyarakat dalam ruang publik digital.

Di samping itu, algoritma media sosial yang mampu menampilkan informasi sesuai minat dan preferensi pengguna turut memengaruhi pola konsumsi informasi generasi milenial. Informasi yang diterima menjadi lebih personal, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Kondisi ini mendorong pengguna untuk lebih sering mengakses media sosial dibandingkan media konvensional karena informasi yang tersedia dianggap lebih aktual, variatif, dan mudah diperoleh (Agustian, M. A. I., Saputra, S., & Pebriana, R. 2026). Namun demikian, kemudahan tersebut juga menimbulkan tantangan baru berupa meningkatnya penyebaran hoaks, disinformasi, serta rendahnya kecenderungan pengguna untuk melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital menjadi aspek penting agar masyarakat mampu memilih, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi secara kritis dan bertanggung jawab.

Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian Bahfiarti dan Arianto (2022) yang menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung memanfaatkan media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi, interaksi sosial, pendidikan, dan hiburan karena dinilai lebih efektif, efisien, serta mampu memberikan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional. Media digital memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi secara cepat, memperluas jaringan komunikasi, serta meningkatkan partisipasi pengguna dalam berbagai aktivitas sosial di ruang digital. Dengan demikian, pergeseran konsumsi informasi dari media cetak menuju media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh perubahan karakteristik dan kebutuhan generasi milenial yang mengutamakan media yang cepat, interaktif, mudah diakses, dan mampu memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi dalam satu platform.

Di antara berbagai platform media sosial, Facebook masih menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan masyarakat Indonesia untuk memperoleh informasi, khususnya pada tingkat daerah. Facebook tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang penyebaran informasi oleh pemerintah daerah, media massa lokal, organisasi masyarakat, komunitas, maupun individu. Fitur *share*, komentar, grup komunitas, siaran langsung (*live streaming*), serta penyajian informasi dalam bentuk teks, gambar, dan video menjadikan Facebook mampu menghadirkan pengalaman konsumsi informasi yang lebih dinamis dibandingkan media cetak.

Karakteristik tersebut memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara lebih cepat sekaligus berinteraksi dengan pengguna lain dalam satu platform. Penelitian Lu dan Lin (2022) menunjukkan bahwa media sosial dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan eksplorasi informasi, hiburan, hubungan sosial, serta pengembangan diri melalui fitur-fitur yang interaktif.

Dalam konteks Kabupaten Majalengka, Facebook masih menjadi salah satu media sosial yang paling banyak dimanfaatkan masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi, baik mengenai kegiatan pemerintahan, pelayanan publik, perkembangan daerah, aktivitas komunitas, hingga berbagai peristiwa lokal yang sedang terjadi. Berbagai instansi pemerintah, media lokal, organisasi kemasyarakatan, lembaga pendidikan, serta komunitas memanfaatkan Facebook sebagai media penyebaran informasi karena memiliki jangkauan pengguna yang luas, biaya penyebaran informasi yang relatif rendah, serta memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara penyedia informasi dengan masyarakat. Melalui berbagai fitur yang tersedia, seperti unggahan, komentar, siaran langsung (*live streaming*), dan berbagi informasi (*sharing*), masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat memberikan tanggapan, menyampaikan pendapat, serta berpartisipasi dalam diskusi terhadap isu-isu yang berkembang. Kondisi ini menunjukkan bahwa Facebook telah mengalami transformasi fungsi, dari yang semula hanya digunakan sebagai media komunikasi interpersonal menjadi media informasi publik yang berperan penting dalam membentuk opini, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memengaruhi pola konsumsi informasi, khususnya pada generasi milenial.

Perubahan tersebut juga tercermin dari semakin aktifnya Pemerintah Kabupaten Majalengka dalam memanfaatkan Facebook sebagai media komunikasi publik. Berbagai informasi mengenai kebijakan pemerintah, program pembangunan, pelayanan masyarakat, agenda kegiatan, hingga informasi kebencanaan disampaikan secara cepat melalui akun resmi pemerintah maupun Organisasi Perangkat Daerah (OPD). Strategi ini dilakukan sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih banyak memperoleh informasi melalui media sosial dibandingkan media cetak. Kehadiran Facebook sebagai media komunikasi publik diharapkan mampu meningkatkan transparansi penyelenggaraan pemerintahan, memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat, serta menciptakan komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan partisipatif.

Di sisi lain, tingginya intensitas penggunaan Facebook sebagai sumber informasi juga membawa perubahan terhadap perilaku konsumsi informasi generasi milenial. Informasi yang diperoleh melalui Facebook cenderung bersifat real-time, mudah diakses kapan pun dan di mana pun melalui perangkat digital, serta memungkinkan pengguna mengikuti perkembangan suatu peristiwa secara berkelanjutan. Karakteristik tersebut menjadikan Facebook lebih menarik dibandingkan media koran yang memiliki keterbatasan dalam kecepatan distribusi informasi dan komunikasi yang bersifat satu arah. Akibatnya, generasi milenial lebih memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan informasi secara cepat sekaligus memberikan ruang interaksi sosial dan hiburan dalam satu platform.

Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian Bahfiarti dan Arianto (2022) yang menyatakan bahwa media baru mampu memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional karena menawarkan kecepatan akses, fleksibilitas, interaktivitas, serta kemudahan pengguna dalam memperoleh maupun membagikan informasi. Karakteristik tersebut menjadikan media sosial sebagai pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi di era digital. Dengan demikian, peralihan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook di Kabupaten Majalengka tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga oleh perubahan kebutuhan dan preferensi masyarakat terhadap media yang dinilai lebih efektif, efisien, dan mampu memberikan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Perubahan pola konsumsi informasi tersebut menunjukkan bahwa pemilihan media tidak hanya didasarkan pada ketersediaan informasi, tetapi juga pada kemampuan media dalam memenuhi kebutuhan penggunanya. Dalam konteks ini, Uses and Gratifications Theory (UGT) menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk menjelaskan alasan individu memilih suatu media. Teori yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973) memandang audiens sebagai pihak yang

aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu, yaitu kebutuhan kognitif (mencari informasi), kebutuhan afektif (hiburan dan pengalaman emosional), kebutuhan integratif personal (meningkatkan kepercayaan diri dan identitas diri), kebutuhan integratif sosial (membangun hubungan sosial), serta kebutuhan pelarian (mengurangi stres atau rutinitas). Penelitian Lu dan Lin (2022) membuktikan bahwa karakteristik media sosial mampu memenuhi berbagai kebutuhan tersebut secara bersamaan sehingga meningkatkan intensitas penggunaan media sosial sebagai sumber informasi.

Berdasarkan perspektif Uses and Gratifications Theory, perubahan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook dapat dipahami sebagai konsekuensi dari kemampuan media sosial dalam memenuhi kebutuhan pengguna secara lebih efektif dibandingkan media cetak. Teori yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch menjelaskan bahwa khalayak merupakan individu yang aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan yang ingin diperoleh Muflih, (M., Saputra, S., & Pebriana, R. 2026). Dengan demikian, penggunaan media tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh pertimbangan pengguna mengenai media yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhan informasi, komunikasi, hiburan, maupun interaksi sosial. Dalam konteks perkembangan media digital saat ini, Facebook menjadi salah satu media yang banyak dipilih karena menawarkan berbagai fitur yang tidak dimiliki media konvensional, sehingga mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih beragam dan interaktif.

Dari aspek kebutuhan kognitif (cognitive needs), Facebook menyediakan informasi yang diperbarui secara cepat (*real-time*) dan berasal dari berbagai sumber, baik media massa, lembaga pemerintah, organisasi, komunitas, maupun pengguna individu. Informasi dapat diakses kapan saja tanpa harus menunggu proses penerbitan sebagaimana pada media koran. Selain itu, pengguna juga dapat memperoleh berbagai sudut pandang terhadap suatu peristiwa melalui unggahan dari berbagai akun, sehingga kebutuhan akan informasi menjadi lebih mudah terpenuhi. Karakteristik tersebut menjadikan Facebook sebagai media yang mampu memberikan akses informasi secara lebih cepat, luas, dan dinamis dibandingkan media cetak.

Dari aspek kebutuhan afektif (affective needs), Facebook mampu memberikan pengalaman memperoleh informasi yang lebih menarik melalui penyajian konten dalam berbagai format, seperti foto, video, infografis, siaran langsung (*live streaming*), maupun konten audio visual lainnya. Penyajian informasi yang lebih variatif tersebut tidak hanya mempermudah pengguna dalam memahami isi informasi, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan keterlibatan emosional pengguna terhadap suatu peristiwa. Berbeda dengan media koran yang didominasi teks dan gambar statis, Facebook menghadirkan pengalaman yang lebih interaktif sehingga pengguna dapat menikmati informasi sekaligus memperoleh pengalaman visual yang lebih menarik.

Selanjutnya, pada aspek kebutuhan integratif personal (personal integrative needs), Facebook memberikan kesempatan kepada pengguna untuk membangun identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial melalui aktivitas mengunggah konten, membagikan informasi, memberikan tanggapan, maupun menyampaikan opini terhadap isu-isu yang sedang berkembang. Aktivitas tersebut memungkinkan pengguna menunjukkan eksistensi dirinya di ruang digital sekaligus memperoleh respons dari pengguna lain dalam bentuk komentar, tanda suka (*likes*), maupun pembagian ulang (*sharing*). Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun citra diri dan meningkatkan kepercayaan diri di lingkungan sosial.

Selain itu, kebutuhan integratif sosial (social integrative needs) juga lebih mudah terpenuhi melalui Facebook karena media ini menyediakan berbagai fitur komunikasi yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan keluarga, teman, rekan kerja, maupun komunitas yang memiliki minat yang sama. Kehadiran fitur komentar, grup diskusi, pesan pribadi (*Messenger*), dan fitur berbagi informasi memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah bahkan komunikasi banyak arah (*many-to-many communication*). Interaksi tersebut memperkuat hubungan sosial antarpengguna sekaligus menciptakan ruang diskusi yang lebih terbuka dibandingkan media cetak yang bersifat satu arah.

Sementara itu, kebutuhan pelarian (escapism needs) juga menjadi salah satu alasan meningkatnya penggunaan Facebook. Selain berfungsi sebagai media informasi, Facebook menyediakan berbagai bentuk hiburan, seperti video pendek, siaran langsung, permainan, konten kreatif, hingga berbagai aktivitas komunitas yang dapat diakses dalam satu platform. Kehadiran beragam konten tersebut memungkinkan pengguna memperoleh informasi sekaligus mengurangi kejenuhan melalui aktivitas hiburan tanpa harus berpindah ke aplikasi lain. Kemampuan Facebook dalam menggabungkan fungsi informasi, komunikasi, interaksi sosial, dan hiburan menjadikannya sebagai media yang lebih fleksibel dibandingkan media koran yang pada umumnya hanya berfungsi sebagai penyedia informasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perubahan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook bukan hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga oleh kemampuan media sosial dalam memenuhi berbagai kebutuhan pengguna secara bersamaan. Facebook menawarkan kecepatan akses, kemudahan penggunaan, keberagaman informasi, interaktivitas, serta ruang partisipasi yang lebih luas dibandingkan media cetak. Oleh karena itu, dalam perspektif Uses and Gratifications Theory, peralihan konsumsi informasi merupakan konsekuensi dari pilihan rasional pengguna terhadap media yang dinilai mampu memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dalam memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi di era digital (West, R., & Turner, L. H. 2021). Kondisi ini sejalan dengan penelitian Bahfiarti dan Arianto (2022) yang menyatakan bahwa media baru mampu memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional karena menawarkan kecepatan akses, fleksibilitas, interaktivitas, dan kemudahan dalam memperoleh serta menyebarkan informasi.

Meskipun penelitian mengenai perilaku konsumsi media digital telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian berfokus pada penggunaan media sosial secara umum atau pada platform seperti Instagram dan TikTok. Penelitian yang secara khusus mengkaji perubahan konsumsi informasi generasi milenial dari media koran ke Facebook pada konteks daerah, khususnya Kabupaten Majalengka, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik sosial, budaya, dan perkembangan teknologi di setiap daerah dapat memengaruhi perilaku konsumsi media masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis perubahan konsumsi informasi generasi milenial dari media koran ke Facebook di Kabupaten Majalengka dengan menggunakan perspektif Uses and Gratifications Theory. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya mengenai perilaku konsumsi media di era digital, sekaligus menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan media massa dalam merancang strategi penyebaran informasi yang lebih efektif sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

B. LANDASAN TEORI

Perubahan konsumsi informasi di era digital tidak datang dengan dentuman keras, melainkan seperti hujan rintik yang lama-lama mengubah wajah tanah. Generasi milenial tumbuh dalam ekosistem teknologi yang terus bergerak, sehingga cara mereka mengakses informasi pun ikut berubah. Media konvensional seperti koran yang dulu menjadi rujukan utama kini mulai ditinggalkan. Sebagai gantinya, media sosial hadir seperti jalan pintas lebih cepat, lebih dekat, dan terasa lebih “hidup”. Pergeseran ini dipengaruhi oleh kemudahan akses, kecepatan distribusi informasi, serta kemampuan media digital dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan pengguna (Falgoust et al., 2022).

Facebook menjadi salah satu medium yang paling menonjol dalam perubahan ini. Ia bukan hanya tempat berbagi kabar, tetapi juga menjadi ruang publik digital yang cair. Informasi tidak lagi datang dari satu arah, melainkan bergerak ke segala penjuru, seperti riak yang menyebar setelah sebuah batu dijatuhkan ke air. Setiap pengguna memiliki peran ganda sebagai penerima sekaligus penyebar informasi. Hal ini menjadikan Facebook lebih unggul dibandingkan media koran yang cenderung satu arah dan terbatas oleh waktu terbit (Moon, 2022).

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Uses and Gratifications Theory (UGT), yang menempatkan audiens sebagai aktor aktif dalam memilih media. Teori ini menegaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan memperoleh kepuasan. Dengan kata lain, media dipilih bukan secara kebetulan, melainkan berdasarkan pertimbangan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Audiens tidak lagi menjadi objek yang pasif, tetapi subjek yang menentukan arah konsumsi medianya sendiri (Sichach, 2023).

Dalam kerangka UGT, terdapat indikator-indikator kebutuhan yang menjadi dasar dalam memahami perilaku penggunaan media, khususnya dalam konteks peralihan dari koran ke Facebook:

1) Pertama, kebutuhan kognitif (cognitive needs).

Kebutuhan ini berkaitan dengan pencarian informasi, pengetahuan, dan pemahaman terhadap lingkungan sekitar. Generasi milenial memanfaatkan Facebook untuk mendapatkan berita terkini dengan cepat, tanpa harus menunggu seperti pada media koran. Informasi hadir seketika, seolah dunia membuka jendela kecil di genggam tangan. Hal ini menunjukkan bahwa media yang mampu menyediakan informasi secara cepat dan aktual akan lebih dipilih (Dingemans et al., 2023).

2) Kedua, kebutuhan afektif (affective needs).

Kebutuhan ini berhubungan dengan emosi, hiburan, dan pengalaman perasaan. Facebook tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga membungkusnya dalam bentuk visual, video, dan narasi yang menggugah emosi. Kadang membuat tertawa, kadang membuat termenung. Di sinilah media sosial memiliki keunggulan dibandingkan koran yang cenderung formal dan kaku.

3) Ketiga, kebutuhan integratif personal (personal integrative needs).

Kebutuhan ini berkaitan dengan pembentukan identitas diri, kepercayaan diri, dan pencarian pengakuan sosial. Melalui Facebook, pengguna dapat menampilkan diri mereka melalui unggahan, komentar, maupun interaksi. Setiap postingan menjadi semacam cermin kecil yang memantulkan siapa mereka di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk konsumsi informasi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri (Dingemans et al., 2023).

4) Keempat, kebutuhan integratif sosial (social integrative needs).

Kebutuhan ini berkaitan dengan hubungan sosial dan interaksi dengan orang lain. Facebook menyediakan berbagai fitur seperti komentar, grup, dan berbagi konten yang memungkinkan pengguna membangun dan mempertahankan relasi sosial. Interaksi yang terjadi tidak lagi dibatasi ruang fisik, melainkan meluas ke ruang digital. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkontribusi terhadap keterhubungan sosial dan kesejahteraan psikologis individu (Bhatiasevi, 2024).

5) Kelima, kebutuhan pelarian (escapism needs).

Kebutuhan ini berkaitan dengan keinginan untuk melepaskan diri dari rutinitas atau tekanan sehari-hari. Facebook menjadi semacam “ruang jeda” bagi penggunanya. Scroll demi scroll menjadi aktivitas sederhana yang mampu meredakan kejenuhan. Konten hiburan, video ringan, hingga cerita sehari-hari menjadi pelarian kecil di tengah kesibukan.

Dalam perkembangan media digital saat ini, Uses and Gratifications Theory tetap relevan digunakan untuk memahami perilaku konsumsi media. Media sosial seperti Facebook mampu menggabungkan berbagai fungsi dalam satu platform informasi, hiburan, interaksi, hingga ekspresi diri. Hal ini membuatnya lebih unggul dibandingkan media konvensional yang memiliki fungsi lebih terbatas. Penelitian menunjukkan bahwa motivasi penggunaan media digital sangat dipengaruhi oleh

kemampuan media tersebut dalam memenuhi kebutuhan pengguna secara simultan (Habes et al., 2022).

Dengan demikian, peralihan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook pada generasi milenial di Kabupaten Majalengka bukan sekadar perubahan alat, melainkan perubahan cara manusia berinteraksi dengan informasi. Media tidak lagi hanya dibaca, tetapi dirasakan, dibagikan, dan dinegosiasikan dalam ruang digital yang terus bergerak. Di situlah Facebook berdiri bukan hanya sebagai media, tetapi sebagai lanskap baru tempat informasi dan kehidupan saling bertaut.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sebuah cara membaca realitas sosial bukan sekadar angka, tapi sebagai cerita yang hidup, berdenyut, dan kadang tak terucapkan sepenuhnya. Pendekatan ini dipilih karena perubahan konsumsi media bukan hanya soal “berapa banyak” orang berpindah dari koran ke Facebook, melainkan “mengapa” dan “bagaimana” pergeseran itu terjadi dalam keseharian generasi milenial di Kabupaten Majalengka. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menyelami pengalaman, persepsi, dan makna yang dibangun oleh individu terhadap media yang mereka gunakan (Creswell & Poth, 2021).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Dalam paradigma ini, realitas dipandang sebagai sesuatu yang dibangun melalui interaksi sosial dan pengalaman individu. Artinya, cara generasi milenial memaknai Facebook dan koran tidak berdiri sendiri, tetapi lahir dari kebiasaan, lingkungan, serta dinamika sosial yang mereka alami sehari-hari. Realitas tidak tunggal, melainkan berlapis seperti kaca yang memantulkan sudut pandang berbeda-beda (Merriam & Tisdell, 2021).

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada fenomena spesifik, yaitu perubahan konsumsi informasi generasi milenial di Kabupaten Majalengka. Studi kasus memungkinkan peneliti menggali fenomena secara mendalam dalam konteks nyata, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih utuh dan kontekstual. Dengan kata lain, penelitian ini tidak hanya melihat perubahan secara umum, tetapi benar-benar masuk ke ruang kehidupan sosial masyarakat yang mengalami perubahan tersebut (Yin, 2023).

Teknik penentuan narasumber dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun narasumber dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Perwakilan pemerintah daerah, yaitu Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka, yang memahami kebijakan serta strategi komunikasi publik di era digital.
- 2) Tokoh literasi masyarakat, seperti Ketua Forum Taman Bacaan Masyarakat (TBM), yang memiliki perspektif terhadap perubahan budaya membaca.
- 3) Generasi milenial, sebagai subjek utama penelitian, yang secara langsung mengalami pergeseran konsumsi media dari koran ke Facebook.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam untuk menggali pengalaman, persepsi, serta alasan narasumber dalam memilih media informasi, di mana prosesnya tidak sekadar tanya jawab melainkan seperti membuka lapisan demi lapisan cerita di balik kebiasaan sehari-hari; observasi yang dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana perilaku penggunaan media berlangsung dalam kehidupan nyata; serta dokumentasi berupa data pendukung seperti arsip, catatan, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai penguat dan pelengkap informasi yang diperoleh di lapangan.

Hal ini juga tercermin dalam temuan lapangan bahwa ruang digital menghadirkan dinamika baru dalam komunikasi publik, termasuk tantangan seperti hoaks dan sentimen negatif yang menunjukkan kompleksitas interaksi di media sosial.

Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri dari tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung secara siklus, bukan linier. Data dipilah, disusun, lalu ditarik maknanya secara terus-menerus hingga menemukan pola yang menjelaskan fenomena yang diteliti (Miles et al., 2022). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber, metode, dan waktu. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya berdiri di satu titik, tetapi saling menguatkan seperti simpul yang diikat dari berbagai arah. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara mendalam bagaimana generasi milenial di Kabupaten Majalengka beralih dari media koran ke Facebook, serta mengungkap makna di balik perubahan tersebut, bukan sekadar permukaannya saja.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dalam memperoleh informasi. Perubahan tersebut terlihat pada generasi milenial di Kabupaten Majalengka yang kini lebih memilih media sosial Facebook dibandingkan media cetak sebagai sumber informasi utama. Berdasarkan hasil penelitian, Facebook dipandang lebih mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat karena memiliki karakteristik yang cepat, mudah diakses, interaktif, serta menyajikan pembaruan informasi secara real-time.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perubahan tersebut tidak hanya dirasakan oleh masyarakat sebagai pengguna media, tetapi juga direspons oleh pemerintah daerah melalui perubahan strategi komunikasi publik. Pemerintah Kabupaten Majalengka melalui Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) mulai menjadikan Facebook sebagai salah satu media utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemerintah telah menyesuaikan pola komunikasi dengan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat yang semakin bergeser ke arah media digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan **Irwan, S.T., S.Kom., M.M.**, selaku Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Majalengka, media sosial saat ini memiliki posisi yang sangat strategis dalam penyelenggaraan komunikasi publik. Menurutnya,

Ruang publik digital tidak selalu ramah. Kritik, keluhan, bahkan disinformasi, hoaks, dan sentimen negatif adalah tantangan nyata yang kita hadapi setiap hari. Sehingga sentimen negatif ini terkadang menjadi sangat krusial. (Irwan, wawancara, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Facebook telah berkembang menjadi ruang publik digital yang mempertemukan pemerintah dan masyarakat secara langsung. Berbeda dengan media koran yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan masyarakat memberikan tanggapan, kritik, maupun saran terhadap informasi yang dipublikasikan pemerintah. Kondisi tersebut mengubah pola komunikasi publik dari yang sebelumnya bersifat informatif menjadi lebih partisipatif.

Lebih lanjut, Irwan menjelaskan bahwa langkah Diskominfo mengumpulkan admin media sosial dari berbagai Organisasi Perangkat Daerah (OPD) bukan dimaksudkan untuk membatasi kritik masyarakat, melainkan sebagai bentuk penguatan tata kelola komunikasi publik agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat lebih cepat, tepat, dan terkoordinasi.

Menurut Irwan,

Mitigasi bukanlah bentuk sikap anti-kritik atau upaya membungkam suara masyarakat. Sebaliknya, mitigasi adalah bagaimana para admin secara cerdas, cepat, dan terukur mampu meredam kegaduhan, meluruskan salah paham, dan mengubah sentimen negatif menjadi ruang dialog yang konstruktif. (Irwan, wawancara, 2026).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pemerintah menyadari perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Apabila sebelumnya informasi pemerintah lebih banyak disampaikan melalui media cetak atau media konvensional lainnya, kini media sosial menjadi saluran komunikasi yang dinilai lebih efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara cepat sekaligus membuka ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat.

Temuan tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan **Herik Diana, S.Sos.**, selaku Ketua Forum Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Kabupaten Majalengka. Menurut Herik, perubahan media informasi telah memengaruhi kebiasaan membaca masyarakat, khususnya generasi milenial.

Ia menyatakan bahwa,

Generasi milenial saat ini lebih banyak scroll daripada membaca. Namun ketika diajak diskusi kurang begitu mendalami apa yang dibaca di Facebook. (Herik Diana, wawancara, 2026).

Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa perubahan media tidak hanya memengaruhi cara masyarakat memperoleh informasi, tetapi juga memengaruhi pola literasi masyarakat. Aktivitas membaca yang sebelumnya dilakukan secara mendalam melalui media cetak kini berubah menjadi aktivitas melihat informasi secara cepat melalui media sosial. Akibatnya, pengguna sering kali hanya membaca judul berita atau ringkasan informasi tanpa memahami isi berita secara menyeluruh.

Herik Diana juga menjelaskan bahwa fenomena lain yang muncul adalah banyaknya pengguna media sosial yang hanya membagikan ulang informasi dari media lain.

Menurutnya,

Orang yang berliterasi melihat informasi di Facebook biasanya hanya mencatut. Contoh diberitakan di Radar, dicatut atau diposting ulang ke Facebook. Mereka hanya ingin butuh like, komen yang banyak dan view yang banyak. Notabene kebanyakan hanya sebagai media hiburan. (Herik Diana, wawancara, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga menjadi media yang mendorong interaksi sosial dan pencarian pengakuan sosial melalui jumlah *likes*, komentar, maupun *views*. Hal ini berbeda dengan karakteristik media koran yang lebih berorientasi pada penyampaian informasi tanpa adanya interaksi langsung antara pembaca dengan media.

Temuan penelitian juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan **Fadilah Nuriffah**, yang merupakan narasumber dari kalangan generasi milenial di Kabupaten Majalengka. Berdasarkan hasil wawancara, Fadilah mengungkapkan bahwa dirinya lebih memilih Facebook dibandingkan media koran dalam memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari.

Menurut Fadilah,

Saya lebih suka membaca berita atau mencari kebutuhan informasi dari media sosial Facebook karena lebih cepat update dibandingkan koran yang harus menunggu cetak. Berita apa pun, bahkan yang baru terjadi beberapa menit sebelumnya, sudah bisa langsung diketahui melalui Facebook. (Fadilah Nuriffah, wawancara, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor kecepatan informasi menjadi alasan utama generasi milenial memilih Facebook dibandingkan media cetak. Kecepatan penyebaran informasi memungkinkan pengguna mengetahui perkembangan suatu peristiwa secara langsung tanpa harus menunggu proses penerbitan sebagaimana terjadi pada media koran.

Selain kecepatan informasi, Fadilah juga menilai bahwa Facebook memberikan ruang interaksi yang tidak dimiliki media cetak.

Ia menjelaskan bahwa,

Kalau di Facebook kita bisa ikut diskusi lewat komentar, melihat pendapat orang lain, bahkan mengetahui perkembangan lanjutan dari suatu berita. Kalau di koran biasanya hanya membaca berita saja, setelah itu tidak ada kelanjutan atau pembahasan dari masyarakat. (Fadilah Nuriffah, wawancara, 2026).

Melalui fitur komentar dan berbagi informasi, Facebook memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pembahasan suatu isu. Dengan demikian, masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pengguna yang aktif memberikan tanggapan terhadap informasi yang diterima.

Selain itu, Fadilah menyampaikan bahwa Facebook juga dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan hiburan dan mudah diakses.

Ia menyatakan bahwa,

Facebook juga untuk hiburan. Selain membaca berita, kita bisa melihat video, postingan teman, dan informasi lainnya. Jadi lebih praktis karena semuanya ada dalam satu aplikasi. (Fadilah Nuriffah, wawancara, 2026).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa alasan generasi milenial menggunakan Facebook tidak hanya terbatas pada kebutuhan memperoleh informasi, tetapi juga karena media tersebut mampu memenuhi kebutuhan hiburan, komunikasi, dan interaksi sosial secara bersamaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peralihan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kecepatan memperoleh informasi, kemudahan akses, adanya fitur interaksi melalui komentar dan berbagi informasi, keberagaman konten, serta kemampuan Facebook dalam menyediakan informasi sekaligus hiburan dalam satu platform. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan konsumsi media bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan kebutuhan dan perilaku masyarakat dalam memperoleh informasi di era digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan pola konsumsi informasi pada generasi milenial di Kabupaten Majalengka dari media cetak, khususnya koran, menuju media sosial Facebook. Perubahan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, tetapi juga oleh perubahan kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi secara cepat, mudah, dan interaktif. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, Facebook dipilih karena mampu memberikan pembaruan informasi secara real-time, menyediakan ruang interaksi antarpengguna, serta mengintegrasikan berbagai kebutuhan dalam satu platform, mulai dari informasi, komunikasi, hingga hiburan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial merupakan pengguna media yang aktif dalam menentukan media yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara dengan **Fadilah Nuriffah** yang menyatakan bahwa dirinya lebih memilih Facebook dibandingkan media koran karena informasi yang diperoleh lebih cepat, mudah diakses, dan selalu diperbarui. Selain itu, Facebook memungkinkan pengguna mengikuti perkembangan suatu berita melalui kolom komentar sehingga informasi yang diperoleh tidak berhenti pada isi berita utama, tetapi berkembang melalui diskusi antar pengguna.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa proses konsumsi informasi telah mengalami perubahan. Apabila pada media koran masyarakat hanya berperan sebagai pembaca, maka pada media sosial pengguna juga berperan sebagai pemberi tanggapan, penyebar informasi (*sharing*), bahkan produsen informasi (*user generated content*). Dengan demikian, media sosial menghadirkan pola komunikasi yang lebih partisipatif dibandingkan media cetak.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian **Damanik dan Tambotoh (2022)** yang menyatakan bahwa media sosial digunakan masyarakat sebagai sarana pencarian informasi sekaligus media komunikasi karena memberikan kemudahan memperoleh informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan memperoleh informasi (*information seeking*) berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan media sosial sebagai media komunikasi.

Berdasarkan perspektif Uses and Gratifications, perubahan tersebut menunjukkan bahwa pengguna media merupakan individu yang aktif dalam memilih media yang mampu memberikan kepuasan sesuai kebutuhannya. Dalam penelitian ini, kebutuhan pertama yang paling dominan adalah kebutuhan memperoleh informasi (*information seeking*). Facebook dinilai mampu memenuhi kebutuhan tersebut karena informasi dapat diperoleh secara cepat, aktual, dan terus diperbarui mengikuti perkembangan suatu peristiwa.

Temuan tersebut didukung oleh penelitian **Nurfadila (2024)** yang menemukan bahwa media sosial mampu memenuhi kebutuhan informasi penggunanya apabila informasi yang disampaikan memiliki unsur keandalan, responsivitas, dan relevansi terhadap kebutuhan audiens. Semakin tinggi kualitas informasi yang diterima pengguna, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap media sosial sebagai sumber informasi.

Selain kebutuhan informasi, hasil penelitian juga menunjukkan adanya kebutuhan interaksi sosial (*social interaction*). Hal ini terlihat dari pernyataan Fadilah Nuriffah yang menjelaskan bahwa Facebook memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berdiskusi melalui kolom komentar, membaca tanggapan pengguna lain, serta mengikuti perkembangan suatu berita secara berkelanjutan. Fitur tersebut menjadi salah satu alasan mengapa Facebook lebih dipilih dibandingkan media koran yang hanya menyajikan informasi secara satu arah.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah pola komunikasi massa menjadi komunikasi yang lebih interaktif. Pengguna tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi turut berpartisipasi dalam proses penyebaran maupun pembentukan opini publik. Dengan demikian, kepuasan pengguna tidak hanya diperoleh dari informasi yang diterima, tetapi juga dari kesempatan untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian **Bhatiasevi (2024)** yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu nilai fungsional dalam memperoleh informasi, nilai hiburan, peningkatan hubungan sosial (*social enhancement*), serta kemampuan media sosial dalam menjaga konektivitas antarindividu (*maintaining interpersonal connectivity*). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan sosial sekaligus kebutuhan informasi penggunanya.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan sebagai media hiburan. Berdasarkan hasil wawancara, Fadilah Nuriffah mengungkapkan bahwa ketika membuka Facebook dirinya tidak hanya mencari berita, tetapi juga menikmati video, unggahan teman, maupun berbagai konten hiburan lainnya. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan Facebook tidak lagi berorientasi pada satu tujuan, melainkan mampu memenuhi berbagai kebutuhan pengguna secara bersamaan.

Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian **Chaihanchanchai dan Anantachart (2024)** yang menemukan bahwa pengguna media sosial Generasi Y menggunakan media sosial bukan hanya

untuk memperoleh informasi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan hiburan, mengurangi kejenuhan, serta memperluas hubungan sosial. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa karakteristik media sosial yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan sekaligus menjadi faktor utama meningkatnya penggunaan media sosial pada generasi muda.

Di sisi lain, hasil penelitian juga menemukan adanya konsekuensi dari perubahan konsumsi informasi tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan **Herik Diana, S.Sos.**, generasi milenial cenderung lebih banyak melakukan *scrolling* dibandingkan membaca secara mendalam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan memperoleh informasi melalui media sosial belum tentu diikuti oleh peningkatan kualitas literasi informasi masyarakat. Pengguna lebih banyak membaca informasi secara singkat dibandingkan memahami isi berita secara menyeluruh sebagaimana ketika membaca media cetak.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perubahan media turut mengubah perilaku membaca masyarakat. Kecepatan arus informasi di media sosial mendorong pengguna untuk mengonsumsi informasi dalam waktu singkat sehingga proses analisis terhadap isi informasi menjadi lebih terbatas. Akibatnya, masyarakat berpotensi lebih mudah terpapar disinformasi apabila tidak disertai kemampuan literasi digital yang baik.

Temuan tersebut sejalan dengan pandangan **Irwan, S.T., S.Kom., M.M.**, yang menyatakan bahwa ruang publik digital tidak terlepas dari tantangan berupa hoaks, disinformasi, maupun sentimen negatif. Oleh karena itu, Diskominfo Kabupaten Majalengka menerapkan strategi komunikasi yang responsif, kolaboratif, dan edukatif sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi melalui media sosial.

Dalam perspektif komunikasi publik, strategi tersebut menunjukkan bahwa pemerintah tidak lagi memanfaatkan Facebook hanya sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai media membangun hubungan dengan masyarakat. Facebook menjadi sarana untuk memberikan klarifikasi, merespons aspirasi masyarakat, sekaligus membangun kepercayaan publik melalui penyampaian informasi yang cepat dan akurat.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa perubahan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook bukan sekadar perubahan media, tetapi merupakan perubahan perilaku komunikasi masyarakat. Generasi milenial memilih Facebook karena media tersebut mampu memberikan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan media cetak, baik dari aspek kecepatan informasi, kemudahan akses, interaksi sosial, maupun hiburan. Oleh karena itu, temuan penelitian ini memperkuat konsep Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa pengguna media merupakan individu yang aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan yang ingin diperolehnya. Di sisi lain, perubahan tersebut juga menuntut peningkatan literasi digital agar masyarakat tidak hanya mampu memperoleh informasi dengan cepat, tetapi juga mampu mengevaluasi kebenaran informasi secara kritis sebelum menyebarkannya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Perubahan Konsumsi Informasi Generasi Milenial dari Media Koran ke Facebook di Kabupaten Majalengka, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi pergeseran pola konsumsi informasi dari media cetak (koran) menuju media sosial Facebook. Pergeseran tersebut dipengaruhi oleh karakteristik Facebook yang mampu menyajikan informasi secara cepat (*real-time*), mudah diakses kapan saja dan di mana saja, menyediakan ruang interaksi melalui fitur komentar dan berbagi informasi, serta menghadirkan berbagai jenis konten dalam satu platform, baik informasi maupun hiburan.

Hasil wawancara dengan Irwan, S.T., S.Kom., M.M. menunjukkan bahwa pemerintah daerah turut menyesuaikan strategi komunikasi publik dengan memanfaatkan Facebook

sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat. Kehadiran media sosial tidak hanya mempercepat penyebaran informasi pemerintah, tetapi juga menciptakan ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan masyarakat memberikan tanggapan, kritik, maupun saran secara langsung. Oleh karena itu, pemerintah menerapkan strategi komunikasi yang responsif, kolaboratif, dan edukatif untuk meminimalkan penyebaran hoaks, disinformasi, dan sentimen negatif di ruang digital.

Sementara itu, hasil wawancara dengan Herik Diana, S.Sos. menunjukkan bahwa perubahan media informasi turut memengaruhi pola literasi masyarakat. Generasi milenial cenderung lebih banyak melakukan *scrolling* dibandingkan membaca secara mendalam sehingga terdapat kecenderungan memahami informasi secara singkat tanpa melakukan analisis yang komprehensif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses informasi melalui media sosial perlu diimbangi dengan peningkatan literasi digital agar masyarakat mampu memilah dan memverifikasi informasi yang diterima.

Dari perspektif pengguna, Fadilah Nuriffah mengungkapkan bahwa Facebook lebih dipilih dibandingkan media koran karena mampu memenuhi berbagai kebutuhan secara bersamaan, yaitu memperoleh informasi yang cepat, mengikuti perkembangan berita secara berkelanjutan, berinteraksi dengan pengguna lain melalui kolom komentar, serta menikmati berbagai konten hiburan dalam satu aplikasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial memilih media berdasarkan tingkat kepuasan yang diperoleh dari media tersebut.

Temuan penelitian ini memperkuat Teori Uses and Gratifications, yang menjelaskan bahwa individu merupakan pengguna media yang aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan yang ingin diperoleh. Dalam konteks penelitian ini, Facebook dipilih karena mampu memenuhi kebutuhan informasi (*information seeking*), interaksi sosial (*social interaction*), hiburan (*entertainment*), dan kemudahan akses (*convenience*) secara lebih efektif dibandingkan media koran. Dengan demikian, peralihan konsumsi informasi dari media koran ke Facebook di Kabupaten Majalengka tidak hanya mencerminkan perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga menunjukkan perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya di era digital.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, M. A. I., Saputra, S., & Pebriana, R. (2026). Strategi konvergensi media pada platform digital website dalam Palembang Ekspres. *Jurnal Network Media*, 9(1), 1–10.
- Bhatiasevi, V. (2024). The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1260565.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Damanik, R. R., & Tambotoh, J. J. C. (2022). Analisis penggunaan media sosial untuk pencarian informasi dan media komunikasi menggunakan model uses and gratification. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(5), 1251–1261.
- Dingemans, A. E., et al. (2023). Motives for using social networking sites: A uses and gratifications perspective. *Journal of Behavioral Addictions*.
- Fahda, A., Azhari, & Fitri, M. N. (2026). Analisis framing wacana Islam dalam pemberitaan boikot produk Israel (studi CNN Indonesia dan TV One). *Jurnal Network Media*, 9(1), 9–18.
- Falgoust, G., et al. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify user motivations in digital environments. *Computers and Education: Artificial Intelligence*.

- Habes, M., Salous, M. H., & Al Jwaniat, M. I. (2022). Applying the uses and gratifications theory to online video usage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Lu, H. P., & Lin, J. C. C. (2022). The effects of social media interactivity on user engagement and information sharing. *Information & Management*, 59(4).
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2021). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2022). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Muflih, M., Saputra, S., & Pebriana, R. (2026). Strategi pengelolaan berita oleh divisi redaksi LPM Ukhuwah UIN Raden Fatah Palembang pada platform berita ukhuwahnews.com. *Jurnal Network Media*, 9(1), 177–186.
- Saldaña, J. (2022). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Sichach, M. (2023). Uses and gratifications theory: Background, history, and limitations. *SSRN Electronic Journal*.
- West, R., & Turner, L. H. (2021). *Introducing communication theory: Analysis and application* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Yin, R. K. (2023). *Case study research and applications: Design and methods* (7th ed.). SAGE Publications.