

ABSTRAK

Jejaring sosial atau media sosial mempunyai dampak yang besar terhadap perubahan cara masyarakat berkomunikasi. Facebook dapat menyebar ke seluruh dunia tanpa mengetahui siapa dan bagaimana orang berinteraksi dengan kita melalui situs tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, analisis motivasi dan preferensi audiens di era digital. Penelitian memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif dalam penggunaan media sosial Facebook di Suka Makmur RT 27 RW 09. Pengumpulan data yang dilakukan adalah teknik wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi penggunaan Facebook berdasarkan teori Abraham Maslow ini cenderung ke motivasi intrinsik yakni, kebutuhan fisiologi, rasa cinta kepemilikan, rasa keselamatan, rasa mendapat penghargaan, dan rasa kepuasan konsumen. Preferensi penggunaan media sosial Facebook ini di lingkungan warga Suka Makmur RT 27 RW 09 ini adalah Facebook lebih mudah dijangkau oleh banyak kalangan dari anak muda sampai orang tua. Facebook adalah media sosial yang masih banyak digemari dari kalangan anak muda sampai orang tua, karena mudah dijangkau dan mudah di gunakan

Kata Kunci :Facebook, preferensi dan motivasi