



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era zaman modern ini, masyarakat dapat memberikan informasi mengenai berita ataupun hal lainnya kepada berbagai khalayak yang dituju. Pada umumnya, berita biasanya dibuat oleh wartawan atau pers yang sudah memahami kode etik jurnalistik untuk membuat sebuah artikel berita. Penulisan berita yang dilakukan wartawan memiliki unsur 5W + 1 H (*what, when, why, who, where, how*).

Setiap harinya, masyarakat membaca, menonton, mendengar berita dengan motivasi tertentu. Radio menggunakan audio untuk menyebarkan beritanya melalui gaya pendekatan, TV menggunakan audio visual untuk menyebarkan beritanya untuk memudahkan masyarakat mengkonsumsi berita. Saat ini, berita telah masuk menggunakan internet dengan sangat cepat untuk mempermudah para pembacanya. Beberapa *website* dan aplikasi yang digunakan masyarakat untuk mengakses berita melalui internet yaitu : Facebook, Line Today, Twitter, YouTube, dan lainnya.

Edira (2016) menyatakan Generasi X (1960-1980) terlahir pada masa gejolak dan transisi serta menyaksikan berbagai konflik. Generasi X pun memiliki sikap lebih toleran terhadap hal agama, kelas, ras, etnis dan orientasi seksual. Usia generasi ini dimulai dari umur 38 tahun sampai 60 tahun. Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna internet pada tahun 2017

yang diselenggarakan oleh APJII dari 143, 26 juta jiwa yang memiliki penetrasi internet, diantaranya terdapat generasi X 35-54 tahun 29,55% dan 54 > sebesar 4.24 persen. Layanan yang diakses untuk melihat video sebesar 69,64 persen dan membaca artikel sebesar 55,30 persen, sementara untuk video edukasi sebesar 21.73 persen.

Khan (2016) menyatakan YouTube adalah sumber informasi untuk melihat video. Menurut Alexa (2020) YouTube berada pada nomor dua dalam pengakses terbanyak di dunia. Konten-konten video yang berada di YouTube pun memiliki berbagai macam video seperti video hewan, makanan, politik, berita, spiritual, dan berbagai macam konten unik lainnya. Akun yang sudah terdaftar di YouTube dapat melakukan beberapa aktivitas seperti mengunggah video, *like/dislike* video, *share* video, komentar video dan menonton video. Meskipun tanpa akun YouTube pun penggunanya akan tetap bisa menonton video - video YouTube.

Pada tahun 2014 sampai saat ini, terdapat fenomena orang tua yang berumur generasi X berkumpul untuk membahas macam-macam berita di Kelurahan Binong, Tangerang. Dengan beragam motivasi dalam mengkonsumsi media, khalayak tersebut berkumpul dan membahas pemberitaan seperti pemerintahan, spiritual, Covid 19, dan video viral. Peneliti melihat pada fenomena tersebut untuk mencari apakah pola konsumsi dari khalayak tersebut dipengaruhi oleh motivasi tertentu.

Media *online* kini ikut meramaikan media massa dengan sebutan media sosial yang melahirkan jurnalistik *online* yang akhir-akhir ini bertebaran dan memberikan kontribusi besar pada layanan penyajian informasi pada khalayak (Hikmat, 2018. p. 149). Salah satu akun berita yang dikonsumsi oleh khalayak adalah Prestasi TV, akun YouTube tersebut merupakan salah satu dari banyaknya akun berita di Indonesia ataupun di dunia. Akun YouTube tersebut membahas berita dan membuatnya dalam versi video dengan memasukkan suara mereka sendiri ataupun menggunakan kamera sendiri untuk merekam pemberitaannya.

Akun YouTube tersebut masuk ke dalam kategori konsep berita. Salah satunya adalah berita sebagai media insani, di mana berita mampu menarik perasaan khalayak melalui responnya terhadap bagaimana khalayak memahami sebuah fakta di dalam berita, mulai dari empati, bahkan menimbulkan kontroversi (Yunus, 2012. p. 49-50). Prestasi TV pada beberapa videonya menggunakan kamera sendiri lalu mengunggah ke YouTube-nya. Prestasi TV memulai kegiatan YouTube-nya dengan mengunggah video anak-anak, tips dan trik mengenai *handphone*, *viewers*nya berada pada angka 20 - 250 *viewers*, dan 4 bulan yang lalu *channel tersebut* memulai kegiatan mencari pemberitaan dan penontonnya meroket hingga 926.000 *viewers*.

Dalam YouTube, tidak ada patokan khusus untuk banyaknya angka *views*, karena pada *website* resminya, YouTube berpendapat bahwa kebebasan mendapatkan informasi diperlukan untuk membangun

pemahaman dari peristiwa dunia, baik dengan skala kecil ataupun besar. Dengan pendapat tersebut, Tingginya angka *viewers* dari akun YouTube tersebut membuktikan bahwa konten berita diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini pun menyebabkan pola baru dalam bagaimana suatu berita diproduksi dan dikonsumsi. Contoh fenomena pada lingkungan peneliti adalah saat khalayak menonton berita melalui YouTube, mereka menyukai untuk mengajak teman-teman mereka yang sebaya untuk menonton hal yang sudah ditonton olehnya. Mereka juga aktif membagikan video tersebut ke beberapa grup sosial media WhatsApp dan lain-lainnya. Salah satu “*home*” aplikasi YouTube narasumber, home tersebut sudah direkomendasikan oleh YouTube untuk ditonton oleh dirinya, sehingga memudahkannya untuk menonton ataupun berbagi kepada teman-teman sebayanya.

Berdasarkan latar belakang, peneliti mengangkat penelitian berjudul konsumsi berita melalui Youtube: Studi Kasus Generasi X dalam menonton tayangan berita. Di mana generasi X pada zamannya belum mempunyai aplikasi-aplikasi terkini saat ini dan ketika arus modern sampai, mereka pun mengkonsumsi berita di internet, hal ini peneliti angkat dikarenakan fenomena yang terjadi di sekitar peneliti di mana para orang tua berumur generasi X gemar untuk menonton berita. Peneliti akan menawarkan hal baru bagaimana generasi X mengkonsumsi berita melalui internet dalam sebuah web video YouTube.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang peneliti sampaikan, rumusan masalahnya adalah bagaimana pola konsumsi berita generasi X dalam menonton berita di YouTube?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, berikut beberapa pertanyaan penelitian yang akan ditanyakan peneliti sebagai berikut :

1. Bagaimana pola konsumsi berita generasi X dalam menonton berita di YouTube?
2. Bagaimana alokasi waktu yang digunakan generasi X dalam menonton berita di YouTube?
3. Apa saja konten berita yang dikonsumsi pada Generasi X pada kehidupan sehari-hari?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Mengetahui pola konsumsi berita generasi X dalam menonton berita di YouTube.
2. Mengetahui alokasi waktu yang digunakan generasi X dalam menonton berita di YouTube.
3. Mendapati konten berita yang dikonsumsi Generasi X pada kehidupan sehari-hari.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam penerapan konsumsi berita pada generasi X dalam mengakses berita di YouTube. Selain itu, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai konsumsi berita oleh generasi X.

### **2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang konsumsi berita generasi X kepada para jurnalis. Supaya dapat memberikan konten yang disukai oleh generasi tersebut.

### **3. Kegunaan Sosial**

Penelitian ini dapat berguna untuk peneliti lainnya yang ingin melakukan dan mengetahui konsumsi berita oleh generasi X

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Pada awalnya, peneliti ingin menjadikan kasus ini sebagai kasus kuantitatif yang berdasarkan fenomena yang terjadi pada sekitar lingkungan peneliti, tetapi hal tersebut tidak dapat dilakukan karena kurangnya data-data mengenai generasi X untuk menguatkan menjadi kuantitatif.