

BAB I

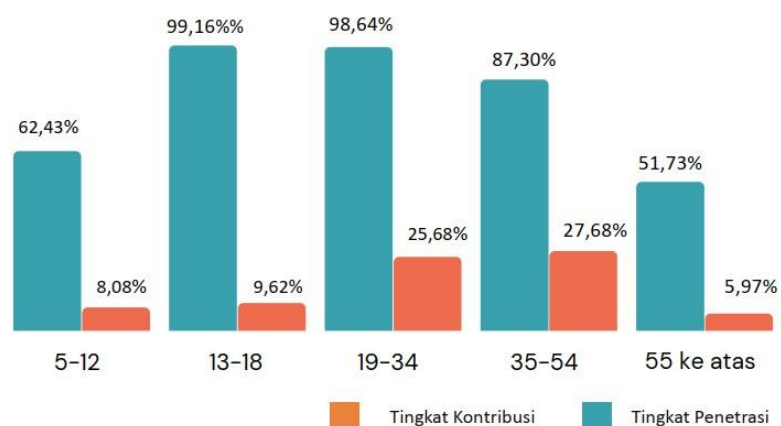
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi mengubah pola konsumsi bagi setiap generasi, termasuk yang dirasakan oleh generasi-z. Ragam pemberitaan yang ada terus berkembang sehingga tidak sejalan dengan perkembangan generasi, hal ini membuat adanya kesenjangan generasi. Menurut Hayes (2022), kesenjangan generasi disebabkan oleh perkembangan kehidupan masyarakat yang tertinggal karena adanya kemajuan di bidang teknologi dan sosial, yang menyebabkan perbedaan generasi, dan baru mulai terjadi pada abad ke-20 dan ke-21.

Generasi-z merupakan orang-orang yang terlahir pada generasi internet. Generasi yang telah menikmati kehebatan teknologi sejak lahirnya internet (Rakhman & Haryadi, 2019). Csobanka (2016) menyebutkan karakteristik generasi-z, meliputi generasi yang menggunakan internet dan jejaring sosial, pengguna jejaring sosial untuk berkomunikasi, memiliki keahlian yang bagus, *multitasking*, ketidakmampuan emosional, sebagai konsumen dan penyedia informasi.

Tingkat Penetrasi dan Kontribusi Internet Berdasarkan Umur



NUSANTARA

Gambar 1.1 Data Usia Produktif Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber: APJII, 2022

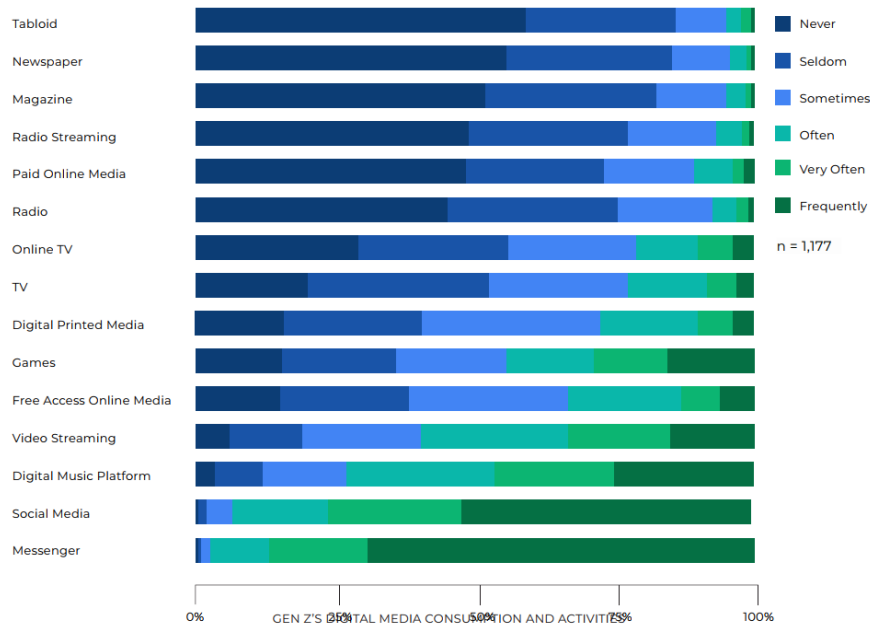
Menurut Dolot (2018) generasi-z merupakan mereka yang terlahir di tahun 1995 - 2010 dan disebut sebagai *digital natives*. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022), hampir setengah dari seluruh pengguna internet di Indonesia ada di dalam usia 13-18 tahun dan 19-34 tahun. Sebagai *digital natives*, generasi-z terbiasa menggunakan banyak perangkat digital dan mengakses berbagai konten digital dalam waktu bersamaan (Turner, 2015).

Dilansir dari data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 menerangkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta dengan tingkat penetrasi 77,02% dari jumlah penduduk, atau naik sekitar 3,32% dari tahun sebelumnya. Masyarakat kerap memiliki alasan tersendiri dalam mengakses internet. Dari ragam alasan yang ada, mengakses media sosial dan mengakses informasi atau berita menjadi alasan terbanyak yang masyarakat Indonesia pilih (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022). Hal ini menjadikan prinsip perkembangan teknologi dimana yang mengikuti perkembangan akan terus bertahan yang tidak mengikuti akan tertinggal. Terbukti dari menurunnya surat kabar yang sudah mulai tidak dikonsumsi. Peristiwa ini membuktikan bahwa dampak penggunaan internet memang ada (Yumiarti & Komalasari, 2020).

Pesatnya perkembangan teknologi mempengaruhi perusahaan media, salah satunya adalah perubahan sebuah medium. Ketersediaan berbagai sumber berita dan informasi membuat masyarakat disuguhkan berbagai pilihan *platform* dan konten yang bisa diakses kapan pun dan dimana pun. Saat ini, informasi telah memiliki ragam medium yang dapat dipilih oleh setiap khalayak, seperti televisi, radio, media *online*, hingga ke media sosial.

Setiap medium tentu memiliki kelebihan tersendiri. Seperti televisi, penyampaian pesan melalui televisi dapat dipahami dan diterima oleh segala usia

karena bentuk penyajian audio dan visualnya. Radio menyampaikan informasi melalui fitur suara yang membuat pendengar radio dapat mengembangkan imajinasinya. Hingga media sosial yang mempermudah interaksi sosial dengan memanfaatkan internet tanpa kendala waktu dan tempat (Situmeang, 2020).



Gambar 1.2 Tingkat Akses Media Gen Z
Sumber: Gen's Z Digital Media Consumption and Activities

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Albertus Magnus, Nona Evita, dan Rossalyn Asmarantika yang berjudul *Gen's Z Digital Media Consumption and Activities*, memperlihatkan bahwa saat ini generasi-z mulai beralih pola konsumsi ke media digital dalam mengakses informasi. Mereka juga menjadikan media sosial sebagai *platform* utama untuk mengakses berita. Walaupun perlahan generasi-z mulai meninggalkan media konvensional, nyatanya mereka masih menggunakan televisi dan radio dalam mengonsumsi berita. Lebih lanjut, dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa hiburan, mencari referensi, dan mengisi waktu luang menjadi prioritas generasi-z dalam menggunakan media digital dan ranah digital.

Herdiana (2012) mengatakan bahwa pada dasarnya media menjalankan fungsinya untuk menyampaikan informasi dengan berbagai tujuan. Berdasarkan penelitian yang ditemukan oleh Albertus Magnus, Nona Evita, dan Rossalyn Asmarantika tentang *Gen's Z Digital Media Consumption and Activities*, mengungkap bahwa hiburan, mencari referensi, dan mengisi waktu luang menjadi tujuan utama generasi-z dalam menggunakan media. Sama dengan Nurudin yang memaparkan konseptualisasi fungsi media dalam bukunya yang berjudul "Pengantar Komunikasi Massa", Nurudin menyebutkan ada 8 fungsi komunikasi massa yang ia rangkum dari beberapa ahli. Fungsi-fungsi komunikasi massa tersebut adalah informasi, hiburan, persuasi, transmisi budaya, mendorong koheresi sosial, pengawasan, korelasi, dan pewarisan sosial. Hal ini menjadikan masih adanya fungsi-fungsi yang belum dibahas bagi generasi z.

Adanya perubahan pola konsumsi media bagi generasi-z yang lahir saat teknologi sudah tersedia, berbeda dengan generasi-y yang masih mengalami transisi teknologi hingga menuju internet (Rastati, 2018). Melihat konseptualisasi fungsi komunikasi massa yang dipaparkan oleh Nurudin, yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini. Beberapa fungsi yang dipaparkan seperti fungsi informasi, hiburan, dan pewarisan sosial (untuk pendidikan baik formal maupun informal) kerap berlaku atau berfungsi bagi generasi z.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini berusaha untuk mengkaji fungsi komunikasi massa dari sudut pandang konsep Nurudin untuk melihat bagaimana fungsi komunikasi massa bagi generasi-z. Penelitian ini akan berfokus pada generasi-z sebagai responden. Generasi-z lahir di dunia digital dengan teknologi lengkap *Personal Computer (PC)*, *handphone*, perangkat game dan internet. Mereka menghabiskan waktu luangnya dengan menjelajah di internet, lebih banyak berada di dalam ruangan dan bermain *online* daripada berada di luar (Qurniawati & Nurohman, 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah apa saja fungsi-fungsi media yang signifikan bagi generasi-z?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Berapa nilai indeks prioritas tiap-tiap fungsi media bagi generasi-z?
2. Fungsi-fungsi media mana saja yang menjadi indeks prioritasnya masuk dalam kategori tinggi?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur nilai indeks prioritas tiap-tiap fungsi media bagi generasi-z
2. Untuk menentukan fungsi-fungsi media mana saja yang menjadi indeks prioritasnya masuk dalam kategori tinggi

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi gambaran dan pengetahuan seputar fungsi media bagi generasi-z. Sebelum adanya media *online* dan media sosial, media konvensional atau cetak juga memiliki perannya tersendiri. Dengan menggunakan konseptualisasi fungsi komunikasi massa menurut Nurudin, penelitian ini diharapkan membantu atau menambah pengetahuan terkait relevansi fungsi komunikasi massa di media konvensional dan media sosial bagi generasi-z.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis bermanfaat untuk media agar bisa menjalankan fungsinya sesuai dengan kebutuhan khalayak yang berbeda-beda. Terlihat bahwa fungsi informasi menjadi fungsi yang paling prioritas dalam penelitian ini, harapannya kedepannya media bisa memperhitungkan informasi-informasi yang aktual yang dibutuhkan oleh generasi-z.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan riset kuantitatif dengan metode survei. Jenis penelitian kuantitatif sendiri memiliki kelemahan, seperti yang dipaparkan oleh Amaratunga et al. (2002) bahwa penelitian kuantitatif hanya fokus terhadap waktu tertentu saja. Metode yang digunakan pula cenderung kaku dan tidak alami.

Kekurangan dari metode survei sendiri tidak bisa mengukur perilaku responden secara pasti dikarenakan responden hanya mengisi kuesioner sesuai sikapnya saja. Selain itu, dikhawatirkan adanya manipulasi data (Kriyantono, 2006, p.151).

Terakhir, pada penelitian ini menggunakan konseptualisasi fungsi komunikasi massa menurut Nurudin. Peneliti selanjutnya, bisa berfokus menggunakan konseptualisasi fungsi komunikasi massa menurut ahli lainnya.

