

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi Z sekarang ini dikenal sebagai generasi yang cukup lemah akan literasi khususnya literasi dalam hal membaca. Tidak hanya satu pesan yang membahas tentang topik ini, melainkan sudah banyak sekali media digital yang membicarakan tentang lemahnya literasi pada kalangan anak muda khususnya di Generasi Z ini. Generasi Z merupakan salah satu generasi yang tumbuh dengan adanya perkembangan teknologi yang cepat dan signifikan alhasil membuat Generasi Z ini sangat kecanduan dengan teknologi. Walaupun tidak hanya Generasi Z yang selalu menggunakan ponselnya untuk melakukan segala aktivitas kesenangan seperti menggunakan media sosial Youtube, Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Line. Dengan adanya perkembangan teknologi ini dan kemudahan yang ditawarkan, cara berpikir Generasi Z ini masih awam dan kurangnya literasi digital membuat mereka terlena dan mereka pun lupa pentingnya membaca sebagai salah satu cara mendapatkan informasi dan melatih daya pikir mereka.

Dengan majunya era teknologi informasi dan komunikasi tentunya membantu kita sebagai manusia untuk hidup di era digital ini. Sangat disayangkan dengan adanya kemajuan teknologi ini tidak sejalan dengan literasi yang dilakukan oleh Generasi Z ini. Akses untuk mendapatkan informasi yang terlalu mudah kerap disalahgunakan oleh hampir setiap orang yang menggunakan atau mengakses internet sekarang ini. Dimulai dari anak-anak generasi milenial, banyak sekali tugas yang dapat terselesaikan dengan menggunakan internet. Hal ini pada dasarnya memang baik sebagai salah satu cara mempermudah. Namun karena mendapatkan informasi secara instan tanpa adanya literasi khususnya membaca dan mendapatkan inti pesan pada informasi yang didapatkan tersebut, hal ini menjadi salah satu kebiasaan yang buruk yang diterapkan oleh anak-anak milenial sekarang ini.

Media massa dengan segala kemajuan teknologi dan informasi ini memiliki

peranan penting bagi Generasi Z untuk mendapatkan informasi di era digital sekarang ini. Menurut Morissan (2013), media massa mengacu kepada sejumlah media-media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan tetap digunakan hingga saat ini seperti surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi. Menurut (McQuail, 2020), kata “massa” awalnya merujuk kepada orang banyak atau orang biasa. Namun, Istilah kunci 'massa' sebenarnya menyatukan sejumlah konsep yang penting untuk memahami bagaimana proses massa komunikasi biasanya telah dipahami, hingga saat ini.

Media massa yang digunakan untuk literasi sampai saat ini dibagi menjadi dua, yaitu media massa analog seperti buku, koran, dan majalah serta media massa digital yang dapat diakses secara daring sekarang ini seperti *e-book*, *website article*, dan berbagai perusahaan surat kabar yang dapat diakses menggunakan fitur daring ini. Media massa analog seperti buku, surat kabar, dan beberapa media massa yang dibuat secara analog lainnya ini memiliki ciri khasnya masing-masing.

Menurut McQuail (2020), media massa analog seperti buku itu tidak dianggap sebagai sarana komunikasi. Sebaliknya, itu adalah gudang atau gudang kebijaksanaan, dan terutama tulisan suci dan teks agama yang harus disimpan bentuk yang tidak rusak. Sedangkan media massa analog yang kedua yaitu surat kabar merupakan inovasi daripada buku cetak penemuan bentuk sastra, sosial dan budaya baru bahkan jika itu mungkin tidak dianggap seperti itu pada saat itu. Kekhasannya, dibandingkan dengan bentuk komunikasi budaya lainnya, terletak pada orientasinya pada pembaca individu dan realitas, utilitas dan disposability, dan nyanya sekularitas dan kesesuaian untuk kebutuhan kelas baru: melek berbasis kota orang bisnis dan profesional.

Berbeda dengan media massa digital pada saat ini di mana media massa yang ada sama seperti yang ada di media massa analog hanya saja dengan pembubuhan teknologi terbaru sehingga media massa digital seperti buku, majalah, dan surat kabar dapat diakses secara daring. Menurut McQuail (2020), Untuk menentukan tingkat “kebaruan” media apa pun, kita harus memutuskan terlebih dahulu pendekatan apa yang harus diambil, karakteristik dan

keterjangkauan teknologi teknologi yang terlibat, perspektif pengguna dan sosial tertentu konteks di mana media digunakan, atau konten dan layanan ditawarkan melalui perangkat, platform, atau antarmuka tertentu guna menyesuaikan antara apa yang ditawarkan atau diberikan dari media online ini kepada audiens yang mencari atau mendapatkan pesan dari media yang mereka baca.

Perubahan media massa dari yang analog menjadi media massa bersifat digital ini merupakan salah satu dampak dari adanya revolusi digital. Revolusi digital berbicara tentang penggunaan internet sebagai salah satu alat untuk mengakses media digital ini. Menurut Lindgren (2017), Internet di klaim oleh banyak orang untuk merevolusi sebagian besar bidang kehidupan sosial seperti apa yang kita ketahui. Reliabilitas sosial berjejaring digital yang dipicu oleh internet akan menyebabkan sistem ekonomi baru dimana setiap orang dapat mengambil peran dan bagian di dalamnya.

Seiring berkembangnya media massa dari analog menjadi digital dengan adanya revolusi digital, hal tersebut sejalan dengan perubahan sosial yang terjadi bagi pengguna internet dan media digital dimana saat membahas tentang perubahan sosial dan media digital, kita berurusan dengan transformasi yang muncul, secara keseluruhan, dari arus teknologi dan media, dari tindakan dan praktik sosial di technoscape (proses penyebaran teknologi ke seluruh penjuru dunia) dan mediascape (fenomena di media massa yang memiliki landscape nya sendiri) (Lindgren, 2017)



Gambar 1.1 Data World Most Literate Nations 2016

Sumber: Kanal Kenal Indonesia (2021)

Berdasarkan data tersebut dikatakan Indonesia menempati urutan 60 dari sekitar 61 negara dengan minat membaca terendah pada tahun 2016. Data tersebut dapat menjadi bukti bahwa minat dalam hal literasi di Indonesia ini dapat dikatakan rendah dan harus ditingkatkan. Salah satu penyumbang lemahnya literasi ini ada pada Generasi Z. Mengapa Generasi Z menjadi tolak ukur dalam penelitian ini? Mengapa bukan generasi lain setelah Generasi Z?

Menurut Defleur (2022), literasi merupakan kemampuan membaca, menulis, dan melakukan aritmatika dasar. Keterampilan ini dipandang sebagai penting dalam demokrasi dan di bagian negara di mana pekerjaan industri menjadi semakin penting. Literasi merupakan kemampuan dasar yang seharusnya dimiliki oleh setiap orang untuk meningkatkan kualitas dirinya dalam mengakses informasi. Berdasarkan artikel yang dilansir dari website CNN (2023), ada beberapa manfaat dalam melakukan literasi seperti memahami orang lain dan lingkungan sekitarnya, membantu agar dapat menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain, menumbuhkan minat terhadap keaksaraan, dan memunculkan sikap pengetahuan dan juga keterampilan yang dibutuhkan di jenjang pendidikan yang berikutnya.

Kemampuan literasi yang umumnya dapat dilatih pada setiap orang ini memiliki tujuan-tujuan penting seperti melatih kemampuan membaca dan menulis yang baik, pembentukan dan melatih pola pikir yang kritis, dan tentunya jika sudah terbiasa membaca suatu pesan atau informasi akan memudahkan seseorang untuk mengambil inti pesan dari suatu bacaan. Berdasarkan tujuan dan keuntungan yang didapat, sebenarnya kemampuan literasi ini harus dilatih selagi kecil. Kebiasaan membaca buku, dongeng, dan menulis harus dibiasakan sejak kecil sehingga itu akan menjadi kebiasaan yang baik untuk kedepannya. Jika belum terbiasa dan ingin melakukan kebiasaan itu setelah dewasa, itu bisa saja namun tidak menutup kemungkinan bahwa karena tidak biasa melakukan kemampuan literasi, hal

tersebut tidak akan berlangsung lama.

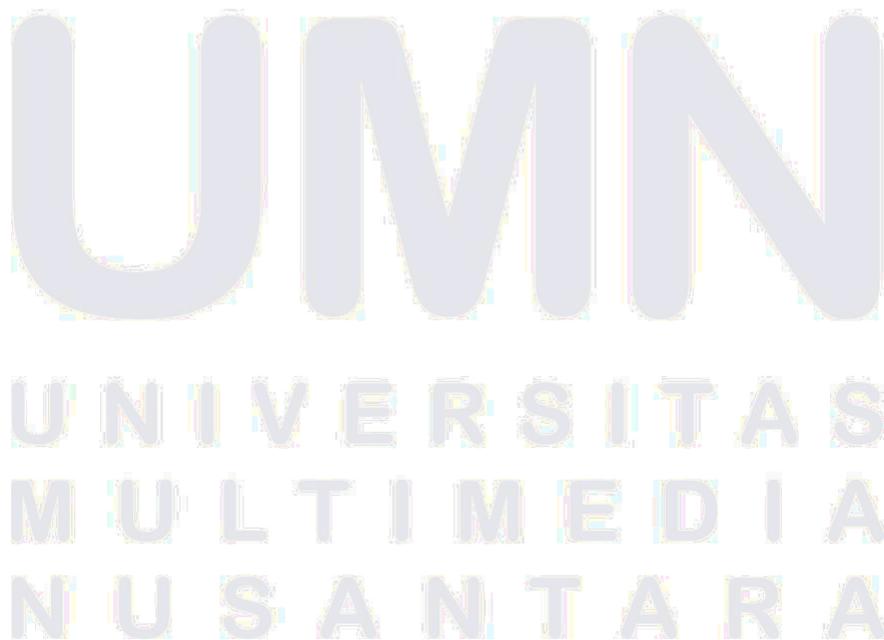
Media juga sebagai perantara penyampai pesan juga berperan penting dalam pembentukan minat literasi bagi audiens-audiens nya ini. Menurut Stanley J. Baran (2013) menjelaskan beberapa hal terkait media sebagai perantara pesan dari komunikator kepada audiens sebagai berikut;

Pertama, Audience memang aktif, tapi belum tentu sangat aware apa yang mereka lakukan dengan media. Kedua, kebutuhan, peluang, dan pilihan audiens dibatasi oleh akses ke media dan konten media. Ketiga, konten media secara implisit dan eksplisit dapat memberikan panduan untuk tindakan. Keempat, orang harus menilai secara realistis bagaimana interaksi mereka dengan teks media menentukan tujuan interaksi yang dapat melayani mereka di lingkungan mereka hal-hal. Kelima, setiap orang memiliki tingkat kemampuan pemrosesan kognitif yang berbeda-beda, dan ini dapat memancar mempengaruhi bagaimana mereka menggunakan media dan apa yang bisa mereka dapatkan dari media

Dengan adanya media sebagai perantara penyampai pesan dari komunikator kepada komunikan ini, ada yang dinamakan sebagai *The Medium Theory* yang di dalamnya juga berisikan tentang konten dan efek apa yang akan audiens terima ketika mendapatkan informasi melalui media massa yang bersifat digital ini. Menurut Littlejohn (2017) menjelaskan tentang apa yang dimaksud sebagai *The Medium Theory* yang artinya media, terlepas dari konten apapun yang ditransmisikan, berdampak individu dan masyarakat. Sebagai contoh, Internet mempengaruhi masyarakat, apapun situs yang Anda kunjungi ditambah dengan di era digital sekarang ini dimana segala sesuatu dapat dicari dan ditemukan di media berbasis daring ini sehingga baik secara langsung ataupun tidak dengan melihat atau mencari konten tertentu maka akna mempengaruhi dan berdampak kepada audiens sebagai penerima pesannya.

Penyampaian pesan berupa konten yang dibuat dalam bentuk karya tulisan di website, artikel di website dan konten foto ataupun video di media sosial ini memiliki efek atau dampak bagi audiens yang melihat atau mengaksesnya. Audiens yang dimaksud adalah Generasi Z dengan segala kemampuannya untuk mengakses informasi di media massa digital sekarang ini. Menurut Stephen W, Littlejohn (2017), Sebagian besar teori media telah berkonsentrasi pada efek individu dari media. Di mana media ini memberikan efek kepada audiens nyayang akhirnya mempengaruhi audiens ini terkait informasi yang disajikan didalam media tersebut. Media yang digunakan tentunya media yang paling sering Generasi Z ini gunakan seperti media massa online, dan juga media sosial.

Kurangnya kemampuan literasi dalam hal membaca di media digital sekarang ini khususnya di Generasi Z menimbulkan beberapa akibat yang kurang baik untuk kemampuan kognitif Generasi Z dalam hal literasi ini. Kemampuan kognitif ini merupakan kemampuan untuk melakukan tugas apapun dari yang sederhana sampai kompleks berdasarkan keterampilan berbasis otak. Kemampuan kognitif ini dibantu dengan adanya literasi. Dengan kemampuan literasi membaca, menulis, dan memahami isi pesan dalam suatu bacaan membuat kemampuan kognitif ini dapat meningkat dan dapat



membantu daya ingat serta memecahkan masalah karena dengan literasi kita mendapatkan banyak ilmu dengan membaca.



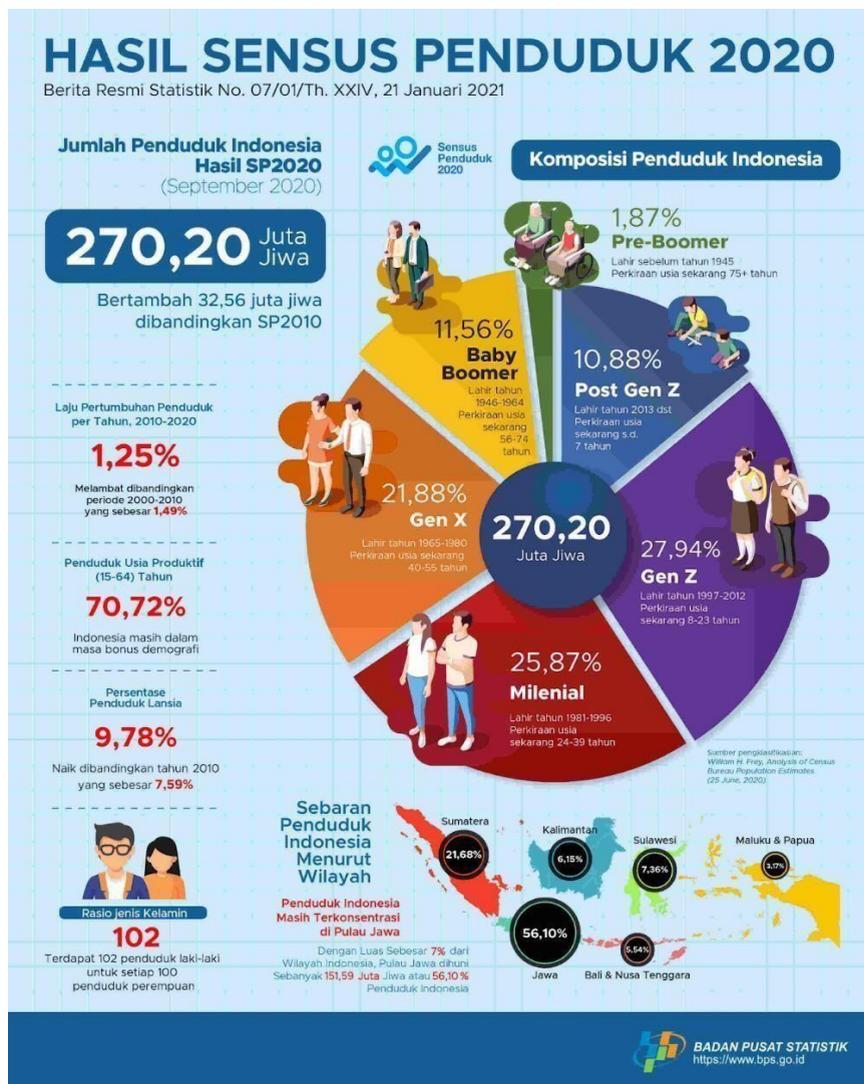
Gambar 1.2 Data Tingkat Literasi Negara di Asia Tenggara

Sumber: Goodstats.id

Indonesia menduduki peringkat keempat dengan tingkat literasi penduduk di Asia Tenggara dengan nilai 96% pada tahun 2022 ini. Indonesia berada dibawah Singapura dan Filipina namun harus digaris bawahi bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk 274 juta. Menurut data Kemendagri (Kementerian Dalam Negeri) mencatat bahwa jumlah penduduk dengan usia Generasi Z ini kisaran 15 - 25 tahun ini berjumlah kurang lebih 45 juta jiwa dari seluruh penduduk di Indonesia dengan jumlah 274 juta jiwa. Dengan hal ini dapat diartikan bahwa 96 persen dari 274 juta penduduk dan yang tercatat dalam usia Generasi Z sekitar 45 juta jiwa. Maka literasi di kalangan Generasi Z ini dapat dikatakan masih kurang dibandingkan dengan negara-negara yang ada di ASEAN.

Dengan minimnya minat literasi khususnya di kalangan anak muda Generasi Z, ada dampak yang dapat dirasakan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dampak yang dapat dirasakan secara langsung dapat berupa kurangnya sikap bijak dalam menyikapi sebuah informasi. Sikap bijak seperti apa yang dimaksud? Tentunya sikap bijak dalam mencerna, menelaah, dan memfiltrasi informasi sesuai dengan tingkatan dan cara literasi yang baik. Banyak informasi (pesan) yang disebarkan melalui media digital, karena pembuatan pesan yang cukup singkat dan minimnya pengecekan, maka informasi yang tersebar di media massa sekarang ini tidak dapat langsung diterima secara mentah-mentah. Diperlukan pemikiran kritis dalam menerima informasi itu masuk kedalam diri kita. Jika minimnya minat literasi di kalangan anak muda ini terus berlangsung maka akan sulit untuk kita di kehidupan bermasyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar karena cenderung berita yang disampaikan pada saat ini di media massa cukup banyak yang hoax. Budaya literasi yang rendah ini juga pada akhirnya akan menyulitkan kita sebagai pembaca atau penerima pesan dari media massa untuk menyeleksi suatu informasi yang benar adanya atau tidak.

Sedangkan untuk dapat yang tidak dirasakan secara langsung dapat dicontohkan seperti rendahnya produktivitas kerja dimasa yang akan datang. Memang beberapa Generasi Z pada saat ini ada yang sudah bekerja dan ada yang masih menuntut pendidikan baik sekolah menengah dan institusi. Namun kurangnya literasi ini secara tidak langsung dapat menurunkan produktivitas kerja karena tanpa dukungan budaya literasi yang memadai ini khususnya di Generasi Z yang maka ilmu pengetahuan akan gagal diubah menjadi sebuah kreativitas yang produktif. Sehingga untuk kedepannya akan sulit untuk mengembangkan potensi diri yang dimiliki oleh Generasi Z ini.



Gambar 1.3 Data Sensus Penduduk Tahun 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Sensus Penduduk pada tahun 2020. Dari jumlah penduduk yang ada di Indonesia sekitar 270 juta jiwa pada tahun 2020, 27,94 persen nya adalah Generasi Z yang artinya jumlah Generasi Z di Indonesia ini ada kurang lebih sekitar 75 juta jiwa yang tersebar dari sabang sampai merauke. Siapakah anak muda dengan Generasi Z ini? Kebiasaan apa yang mereka miliki?

Generasi Z merupakan sebuah generasi dengan tahun kelahiran 1997-2012 yang dapat dihitung pada saat ini usia mereka kisaran 11-26 tahun. Generasi Z ini

ada setelah generasi Milenial yang lahir pada tahun 1981-1996. Harris Poll dalam survey nya menunjukkan bahwa Generasi Z adalah generasi yang kreatif dan mereka adalah *Digital Native*. Menurut Marc Prensky, *digital native* merupakan sebutan untuk orang yang lahir di era digital atau orang yang lahir ketika berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi seperti komputer dan internet. Generasi milenial dan Generasi Z masuk kedalam kelompok *digital native* ini sehingga mereka sudah terbiasa dengan perkembangan teknologi, sehingga cepat untuk beradaptasi dan merasa nyaman untuk menggunakan alat- alat atau media digital.

Dalam penggunaan media baik media massa dan media sosial, Generasi Z berperan sebagai audiens dari media-media yang menyampaikan informasi-informasi ini. Menurut Athique (2013), audiens merupakan badan sosial kolektif yang terbentuk di sekitar suatu pertunjukan dan audiens ini mengambil bentuk struktural tertentu dalam hubungan dengan media di sekitarnya. Audiens juga tersebar banyak di berbagai media dan dalam ruang sosial dan ruang waktu yang sama. Generasi Z sebagai pihak penerima pesan berperan sebagai audiens dimana audiens dalam media massa terbagi lagi sesuai dengan topik dan konten apa yang mereka sukai.

Walaupun cukup miris dengan kurangnya minat literasi membaca dan menulis, Generasi Z dikenal sebagai generasi yang mampu membawa perubahan, karena sekarang ini beberapa dari Generasi Z sudah memasuki dunia kerja dan mereka dianggap tenaga pekerja baru yang paling segar dan dapat membawa perubahan untuk kedepannya. Dibalik karakteristik dan keunggulan yang dimiliki oleh Generasi Z ini, ada satu kekurangan yang dimiliki oleh kebanyakan Generasi Z yaitu lebih tertarik kepada hal-hal atau sesuatu yang instan serta kurang menghargai sebuah proses. Kekurangan ini juga terbawa dalam hal literasi membaca di Generasi Z. mereka cenderung menyukai bacaan yang ringkas dan ringan dibandingkan harus membaca sebuah artikel panjang. Dengan mencari sesuatu yang instan tentunya tidak membuat wawasan ilmu pengetahuan di

Generasi Z ini menjadi luas. Hal ini yang harus dipertanyakan apakah kebiasaan yang berkedok kekurangan Generasi Z ini dapat diubah.

Berbicara tentang media, baik media massa atau media sosial. Generasi Z cenderung menggunakan kedua media ini. Hanya saja peruntukan mereka menggunakannya itu berbeda. Media sosial digunakan untuk Generasi Z mengekspos diri mereka supaya bisa lebih menunjukkan jati diri mereka dan menjalin relasi atau pertemanan kepada banyak orang di media sosial. Kata “sosial” dalam istilah media sosial begitu merasuk dalam pikiran dan benak masyarakat, sehingga banyak yang tidak menyadari bahwa media sosial bukan sebuah lapangan yang tanpa memiliki otoritas, tetapi sebuah intuisi bisnis yang mengambil banyak keuntungan dari semua aktivitas di “lapangan” itu (Sudibyo, 2019)

Media massa juga digunakan oleh Generasi Z ini. Contoh media massa yang digunakan adalah google, koran, dan sebagainya. Hanya saja peruntukan mereka menggunakan media massa ini tidak sebanding dengan mereka menggunakan media sosial. Generasi Z menggunakan media massa untuk mencari jawaban dari sebuah pertanyaan. Sebagai contoh mereka diberi tugas lalu mereka tinggal mencari di laman pencarian google dan secara instan mereka pun mendapatkan jawaban yang mereka cari. Apa lagi teknologi di media massa saat ini sangat mempermudah mereka dengan meng-*highlight* jawaban yang mereka cari di halaman paling atas google tersebut. Dengan bantuan teknologi ini semakin mempermudah namun kekurangan daripada Generasi Z semakin menjadi karena adanya kemajuan teknologi di media massa tersebut.

Menurut Sudibyo (2019), Digitalisasi telah merepresentasikan perkembangan teknologi yang secara revolusioner mengubah banyak hal dalam cara manusia hidup, bermasyarakat. Media massa dan media sosial juga menjadi bagian dalam perkembangan teknologi secara revolusioner sebagai salah satu sarana informasi dan komunikasi di era ini. Komunikasi adalah sebuah proses yang mengandaikan kesetaraan posisi dan interaktivitas antaraktor. Umpan balik dan dialog menjadi syarat dalam peristiwa komunikasi massa atau komunikasi

melalui media massa, yang terjadi hanyalah paradoks (Sudibyo, 2019). Proses komunikasi dalam media massa dan media sosial ini telah diperbaharui dengan menekankan tujuan utama dari pengirim pesan dan media itu sendiri.

Perkembangan teknologi pada media membuat media massa yang tadinya bersifat analog dan media sosial menjadi sangat membantu kita dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Tanpa dipungkiri bahwa media massa digital seperti website, majalah online dan surat kabar online serta media sosial menjadi sumber informasi bagi kita sebagai penggunanya. Media sekarang menduduki peran sebagai media baru di mana media baru ini memiliki kecenderungan untuk mengintegrasikan banyak saluran komunikasi khusus ke dalam jaringan digital serbaguna yang akan memberikan akses yang nyaman bagi audiens, Dengan adanya kemampuan interaktif baru, memberi pengguna ukuran kontrol baru atas saluran media yang mereka konsumsi, di mana dan kapanpun mereka mengkonsumsi media. Media baru saat ini tentunya masih dengan media massa yang dahulu hanya saja menganut digitalisasi didalamnya (Joseph Straubhaar, 2012).

Setiap media massa yang berfungsi sebagai penyampai pesan tentunya memiliki kendala-kendala tertentu. Kendala tersebut dapat berasal dari pengirim pesan (komunikator), penerima pesan (komunikan) atau dari media itu sendiri. Dalam proses penyampaian pesan dari sumber ke “massa” yang disalurkan lewat berbagai media digital sekarang ini tentunya ada permasalahan salah satunya misinformasi dan disinformasi. Menurut Nathaniel Persilly (2020), *Misinformation, by contrast, is false by definition. Determining what is “false” can, of course, raise thorny epistemological issues.* Atau dengan kata lain, misinformasi merupakan informasi yang keliru, tetapi orang yang menyebarkan percaya bahwa itu benar dilansir dari Kompas.com (2022). Sedangkan pengertian disinformasi menurut Nathaniel Persilly (2020), mendefinisikan disinformasi sebagai bagian dari misinformasi yang sengaja disebarluaskan. Ini adalah masalah niat: Disinformasi dimaksudkan untuk menipu, sementara misinformasi mungkin tidak sengaja atau tak disengaja.

Penggunaan media massa digital dan media sosial ini sejalan dengan teori tentang komunikasi yaitu teori *Uses and Gratifications*. Menurut Joseph Straubhaar (2012), perspektif uses and gratifications mendominasi pemikiran tentang perilaku konsumsi media. pengguna dapat secara aktif mencari media yang memenuhi kebutuhan mereka akan pengetahuan baru, interaksi sosial, dan hiburan. Generasi Z sebagai pengguna media massa digital dan media sosial akan mencari tahu baik dalam sisi informasi serta apa yang mereka butuhkan sesuai dengan media yang ada dan tersedia.

Jumlah Generasi Z di Indonesia berdasarkan data yang ada menduduki jumlah terbanyak dengan persentase 27,94 persen, Generasi Z menduduki sebagai generasi dengan jumlah jiwa terbanyak dibandingkan generasi yang lain seperti Gen X, Gen Millennial, dan Generasi di atas Generasi Z itu sendiri. Dengan jumlah kurang lebih 75 juta jiwa, Generasi Z ini layak diteliti. Ditambahkan dengan peneliti melihat banyak Generasi Z yang kurang memiliki minat literasi khususnya membaca di media massa. Lalu dengan melakukan observasi sebelum memilih topik penelitian ini, bahwa banyaknya Generasi Z yang kurang literasi terlihat secara kasat mata perbedaannya secara langsung dengan generasi sebelum Generasi Z yang memiliki minat dan tingkat literasi yang cukup baik.

Generasi Z sering dikatakan sebagai generasi yang minim batasan atau *boundary-less generation*. Maksudnya adalah karakter daripada Generasi Z ini lebih beragam, bersifat global, serta memberikan pengaruh pada budaya dan sikap pada masyarakat kebanyakan. Dengan rentang usia pada Generasi Z ini, sangat memungkinkan bahwa Generasi Z memiliki karakter yang berbeda-beda serta pengaruh mereka dalam kehidupan bermasyarakat juga berbeda. Rentang usia Generasi Z ini bukan hanya pelajar saja, melainkan beberapa dari mereka yang sudah berusia 23- 26 tahun mungkin sudah memasuki dunia industri atau dunia kerja. Maka dari itu karakter daripada Generasi Z ini sangat banyak, variatif, dan berbeda satu dengan yang lainnya.

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang melek akan teknologi digital dan dapat membawa perubahan bagi masa depan. Namun melek akan teknologi ini

tidak diseimbangkan dengan tingkat literasi yang baik. Kurangnya minat membaca, menulis, dan mendapatkan inti pesan dari sebuah bacaan sangat sering dirasakan oleh Generasi Z ini. Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan, Generasi Z dengan rentang usia 11-26 tahun ini kurang minat literasi membaca dan menulis khususnya bagi mereka yang masih duduk di bangku sekolah atau kuliah. Contoh sangat sederhana bahwa saat masuk kelas di dalam perkuliahan, dari sekitar 40 mahasiswa yang hadir hanya beberapa yang mencatat materi yang disampaikan oleh dosen dan persentasenya tidak sampai 20% dari total mahasiswa yang ada di kelas baik secara luring ataupun daring. Dengan adanya hal ini sudah menjadi pertanda bahwa memang Generasi Z dikenal cukup malas dalam mencatat materi dan mencari sumber informasi. Betul jika mereka akan mencari informasi melalui media massa, namun hal tersebut akan dilakukan jika sedang diberi tugas oleh dosen atau guru mereka. Sebaliknya mereka cenderung menggunakan media sosial mereka dibandingkan menggunakan media massa untuk mencari sumber informasi dan melakukan kegiatan literasi informasi melalui media massa tersebut.

Selain alasan minimnya minat untuk membaca dan menulis di kelas sewaktu di dalam pelajaran, Generasi Z ini memiliki kebiasaan yang cukup mengkhawatirkan. Mereka menyukai hal-hal yang instan, baik secara pembelajaran, pekerjaan, dan berbagai hal lainnya yang cenderung sering dilakukan oleh generasi ini. Media massa seperti laman pencarian google sudah membantu mereka untuk menjawab segala pertanyaan baik pelajaran dan pekerjaan dengan bermodalkan internet saja. Kebiasaan menyukai hal yang instan ini juga dibawa dalam proses pencarian sebuah informasi baik ilmu pengetahuan atau sekedar informasi mengenai berita yang sedang beredar. Tanpa proses membaca sampai akhir bacaan sangat memungkinkan untuk siswa dan mahasiswa ini mendapatkan kesalahan informasi, ketidakpahaman atas informasi yang disampaikan di dalam bacaan tersebut, kesalahan pengambilan inti pesan, atau bahkan sampai kepada miss komunikasi yang membuat wawasan daripada siswa dan para mahasiswa ini hanya sebatas topik tertentu saja.

Beberapa dari mereka mungkin beralasan bahwa di media sosial yang paling sering mereka gunakan juga menyampaikan informasi yang sama. Apakah betul

informasi di media sosial membahas secara keseluruhan dan benar adanya. Karena cara publikasi yang cepat membuat hoax bertebaran di media sosial bahkan dengan topik berita yang sama bisa jadi salah persepsi apabila penulis di media sosial tidak memiliki kompetensi yang baik dalam penulisannya. Disajikan dengan gambar atau video penjelasan yang lebih banyak menjadi salah satu keinginan Generasi Z dalam mendapatkan informasi. Media sosial akhirnya menjadi pilihan mereka untuk mendapatkan berita atau topik mengenai isu terbaru yang sedang beredar di publik. Lagi-lagi faktor kebiasaan, minat literasi di golongan Generasi Z ini sangatlah minim melihat Generasi Z dengan jumlah jiwa terbanyak dari seluruh penduduk di Indonesia.

Dapat diperhatikan secara langsung, media sosial merupakan tempat atau wadah untuk kita sebagai pengirim pesan (komunikator) dapat mempengaruhi atau memanipulasi audiens. Dengan menyebarkan informasi di media sosial, kita bisa memanipulasi audiens atas informasi yang disebarkan dengan dampak dan pengaruh yang baik ataupun yang buruk. Media sosial sebagai penyampai pesan yang digunakan juga untuk memanipulasi audiens atau komunikasi ini juga digunakan untuk menyebarkan hoax, ujaran kebencian, dan prasangka rasial yang memecah belah masyarakat. Maka dari itu media sosial sekarang ini diperuntukan sebagai media propaganda dengan tujuan mempengaruhi pendapat seseorang dan tindakan kepada banyak orang (Sudiby, 2021). Sehingga dengan adanya penggunaan yang kurang baik di media sosial ini berdampak bagi banyak orang atastersebarnya hoax yang sangat sulit untuk diminimalisir kemunculannya. Satu-satunya cara untuk terhindar dari manipulasi buruk ini dengan adanya giat literasi dan juga mencari berita tidak hanya dari satu sumber melainkan dari beberapa sumber relevan lainnya.

Dalam penelitian ini subjek atau objek penelitian yang dipilih adalah rentang usia 16-17 tahun atau pelajar Sekolah Menengah Atas, dan usia 18-22 tahun atau mereka yang belajar di perguruan tinggi dengan latar belakang lingkungan belajar di Generasi Z. Salah satu alasan pendukung yang memungkinkan untuk penelitian ini akan dilangsungkan dengan latar belakang Generasi Z dengan

lingkungan belajar di SMA maupun perguruan tinggi karena berdasarkan contoh kasus sederhana yang sudah dijabarkan hasil observasi sebelum pemilihan topik penelitian ini dimana kebanyakan siswa dan mahasiswa sangat minim menggali informasi di media massa dan juga minim melakukan literasi khususnya membaca dan menulis. Menurut data statistik yang didapatkan dari *website* Badan Pusat Statistik (BPS) Generasi Z dengan usia 15-19 tahun berjumlah kurang lebih 22 juta jiwa dan usia 20-24 tahun berjumlah kurang lebih 22 juta jiwa. Dengan adanya data ini diharapkan bahwa pemilihan Generasi Z di lingkungan belajar khususnya sekolah menengah dan perguruan tinggi sudah tepat ditambah lagi dengan data pendukung bahwa Generasi Z merupakan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia dengan karakter yang kurang lebih sama yaitu minim literasi khususnya dalam hal membaca dan menulis serta menggali informasi di media massa.

Sebagai sebuah perbandingan, Generasi Z ini akan dikomparasikan dengan gen baby boomers. Generasi baby boomers itu sendiri merupakan generasi dengan rentang usia pada 56-74 tahun pada tahun 2022 ini. Gen Baby Boomers memiliki kebiasaan membaca dan literasi yang sangat baik pada media massa khususnya untuk berita. Karena adanya keterbatasan media yang dialami oleh generasi baby boomers ini membuat sumber informasi yang mereka dapatkan berasal dari media televisi dan media cetak seperti koran. Alhasil kebiasaan membaca pun sangat melekat pada generasi baby boomers karena faktor kebiasaan membaca yang mereka sering lakukan. Membaca dari kata-kata di paragraf awal sampai dengan akhir menjadi sebuah kunci dimana setelah membaca artikel tersebut, mereka tidak hanya mengetahui apa jawaban dari judul artikel yang ada melainkan mendapatkan sebuah proses untuk mencapai jawaban tersebut.

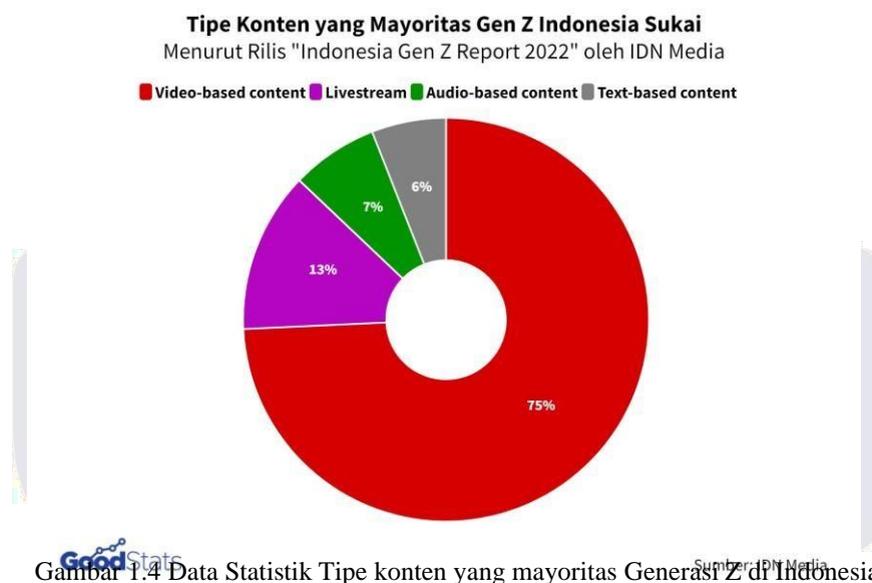
Baby boomers yang dijuluki sebagai generasi yang serba bisa ini memungkinkan mereka untuk melakukan aktivitas membaca ini secara baik dan mereka juga tentunya memberikan ajaran kepada generasi-generasi yang lahir setelah mereka untuk melakukan kebiasaan yang sama untuk mendapatkan informasi. Walaupun sarana atau media yang digunakan untuk mendapatkan informasi itu bisa berbeda-beda namun hanya satu kata kunci yaitu membaca dari awal sampai akhir setiap informasi yang diberitakan atau dicari. Karena dengan 30

membaca secara keseluruhan dapat membuat kita tahu sebuah proses dari jawaban yang ada didalamnya.

Dengan perbandingan usia antara generasi baby boomers dan Generasi Z yang cukup jauh, timbullah pertanyaan yang menanyakan bahwa kenapa Generasi Z harus dibandingkan dengan generasi baby boomers? Alasan terkuat atas jawaban ini adalah generasi baby boomers memiliki kebiasaan membaca dan literasi yang sangat baik, dengan hal tersebut generasi baby boomers dijuluki dengan generasi yang serba bisa karena ilmu dan pengetahuannya yang dikatakan luas karena sering membaca. Kemampuan literasi di generasi baby boomers ini tumbuh dikarenakan keterbatasan media bagi generasi baby boomers untuk mendapatkan informasi. Maka dari itu menggunakan media cetak seperti koran dan media televisi menjadi alternatif mereka untuk mendapatkan berita atau informasi dan mereka membaca detail informasi tersebut sehingga sangat minim kesalahan informasi apalagi media cetak seperti koran terbit seminggu sekali yang kualitas dan kuantitas penulisannya dijaga oleh perusahaan pengembang media cetak koran tersebut sehingga hoax sangat sulit untuk bertebaran di media massa pada generasi baby boomers ini melakukan literasi membaca dan menulis.

Sebagai contoh kasus nyata dalam penelitian ini, peneliti mengangkat tentang penulisan sebuah artikel di media massa bahkan media sosial. Artikel ini berasal dari sebuah perusahaan teknologi yang mana perusahaan bertujuan untuk mengedukasi masyarakat melalui media massa seperti google bahkan sampai kepada media sosial seperti Instagram, LinkedIn, Facebook, dll. Namun *feedback* yang didapatkan atas publikasi artikel tersebut adalah minimnya orang yang membaca. Dengan bantuan beberapa tim IT dalam perusahaan tersebut, dapat dicari tahu bahwa kebanyakan dari pembacanya adalah orang-orang atau masyarakat dengan usia diatas rata-rata 30 tahun. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Generasi Z yang melakukan literasi baik di media massa maupun media sosial untuk membaca suatu artikel yang bertujuan mengedukasi mereka sangatlah sedikit. Lagi-lagi dengan jumlah penduduk terbanyak, Generasi Z ini layak diteliti apa sajakah hal-hal yang membuat mereka tidak tertarik untuk meningkatkan kemampuan literasi di media massa.

Dengan alasan pemilihan Generasi Z dengan latar belakang lingkungan pendidikan dan mengangkat contoh kasus riil yaitu penulisan artikel di media massa yang minim dibaca oleh Generasi Z, maka hal ini dapat berakibat kepada kesalahpahaman terhadap isi pesan, kesalahan pengambilan inti pesan, atau bahkan yang paling buruk adalah terjadinya miss communication dalam proses literasi Generasi Z melalui media massa tersebut. Berdasarkan data statistik bersumber dari Good Stats, menjelaskan bahwa media yang paling sering digunakan oleh Generasi Z adalah media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok. Alasan mereka lebih sering menggunakan media tersebut adalah karena mayoritas Generasi Z di Indonesia lebih menyukai konten penyampaian suatu pesan berupa video. Dengan penyaluran konten berbasis video, mereka beranggapan bahwa pesan yang disampaikan akan lebih masuk dibandingkan mereka harus membaca sebuah artikel ataupun teks bacaan. Data tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.4 Data Statistik Tipe konten yang mayoritas Generasi Z di Indonesia

sukai Sumber: GoodStats .id

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus kepada melihat minat literasi pada Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang minim literasi. Dengan adanya pernyataan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana cara Generasi Z menggunakan media (pola konsumsi media) baik media massa, media online, maupun media sosial dengan subjek penelitian dengan rentang usia 16-22 Tahun. Berdasarkan cara mereka menggunakan media, apakah mereka pernah mendapatkan kesulitan dalam proses penerimaan pesan di media massa karena kurangnya literasi khususnya dalam hal membaca, mendapatkan, dan mengolah isi



pesan sehingga pada akhirnya akan terkumpul apa hambatan mereka dalam melakukan literasi di media massa lalu apa tantangan terbesar bagi Generasi Z ini untuk melakukan literasi di media massa berdasarkan jawaban daripada narasumber penelitian ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan pada penelitian ini sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman Apa yang dialami oleh Generasi Z dalam melihat dan mengatasi kesulitan saat mereka membaca terlebih di media massa. Dengan angka literasi yang sedemikian rupa, apakah Generasi Z merasakan adanya kesalahan dalam pola konsumsi media yang mereka lakukan di media massa?
2. Dengan adanya kesulitan yang dihadapi, bagaimana usaha Generasi Z untuk terus melakukan literasi khususnya di media massa? Apa cara yang mereka gunakan saat mengejar ketertinggalan informasi yang ada di media massa?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan pertanyaan penelitian sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. Mengetahui media massa apa saja yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z untuk mendapatkan informasi
4. Mengetahui bagaimana cara supaya Generasi Z ini bisa meningkatkan ketertarikan mereka terhadap literasi khususnya literasi di media massa
5. Mengetahui apa saja hambatan yang dialami oleh Generasi Z baik dalam mengakses media massa dan melakukan literasi di media massa
6. Mengetahui apa saja tantangan terbesar yang dapat membuat Generasi Z memiliki semangat dalam melakukan literasi

1.5 Signifikansi Penelitian

Dengan contoh kasus yang diangkat dalam penelitian ini tentang penulisan artikel dari perusahaan yang disebarluaskan di media massa dinilai kurang efektif. Peneliti berasumsi bahwa permasalahan yang terjadi terletak pada bagian Channel atau Media dalam konsep SMCR tersebut. Dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber, jawaban yang ingin dicapai adalah dari Generasi Z yang memiliki kekurangan minat literasi di media massa, apakah penyebab dari adanya kekurangan minat literasi tersebut dalam hal media yang digunakan. Apakah media yang digunakan sebagai penyampai informasi kurang sesuai dengan apa yang sering mereka gunakan? Apakah ada jawaban lain yang menjadi sebuah insight dan menjawab tentang Generasi Z akan lebih menggali kemampuan literasi mereka jika menggunakan media “A” dengan alasan-alasan yang akan diberikan nantinya.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan menjadi sebuah jawaban yang berguna untuk Generasi Z sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan literasi mereka di media massa seperti layaknya memiliki kemampuan yang kurang lebih sama dengan generasi Baby boomers dalam hal literasi di media massa

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Akademis

Peneliti berharap agar penelitian dengan tema melihat minat literasi Generasi Z di media massa ini dapat menjadi acuan dan arahan bagi mahasiswa yang kedepannya akan mengangkat tema yang kurang lebih sama dengan apa yang dikerjakan oleh peneliti dalam penelitian ini.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Dalam kegunaan praktis ini diharapkan bagi Generasi Z untuk mulai menumbuhkan minat literasi terlebih di media massa. Literasi yang

melalui tiga tahapan yaitu mencari, mendapatkan, dan mengolah informasi harus dilakukan secara berurutan sehingga Generasi Z dan berbagai generasi lainnya dapat terhindar dari berita yang negatif maupun hoax yang beredar luas dan banyak sekali di media massa ini. Dan untuk media massa seperti media online dan media sosial juga diharapkan untuk bisa memuat informasi atau berita yang riil saja dan meminimalisir cara untuk meningkatkan views dengan cara menulis berita bohong atau hoax.

1.6.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi pembaca di media online, dimana penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi tidak hanya bagi Generasi Z saja karena di dalam penelitian ini juga ada beberapa penjelasan tentang bagaimana cara meningkatkan literasi bagi seluruh generasi baik generasi sebelum dan generasi setelah Generasi Z.

1.7 Keterbatasan Penelitian

Generasi Z memiliki rentang usia yang cukup luas yakni pada tahun ini sekitar 11-25 tahun pada tahun 2023 ini. Dengan rentang usia yang cukup luas tersebut dan dengan ciri setiap individu yang berbeda-beda cukup menjadi sebuah keterbatasan dimana penelitian ini hanya bisa menjangkau usia 16-22 tahun dengan beberapa alasan tertentu.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA