

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Berita di era modern ini bisa didapatkan dengan mudah. Terutama di platform digital baik dari sumber resmi maupun tidak resmi (Gil de Zúñiga & Cheng, 2021). Ketika individu bergantung pada jejaring sosial agar tetap terhubung dengan informasi serta berita yang sudah dikurasi di media sosial sebagai tulang punggung (acuan) untuk memperoleh informasi, mereka cenderung mengonsumsi berita secara lebih sporadis (Molyneux, 2018). Sporadis dalam KBBI berarti kadang kala (sekali-sekali), tidak tentu, dan kadang-kadang.

Berhubungan dengan konsumsi berita, paparan berita insidental di media sosial bisa menyebabkan perubahan dalam konsumsi berita secara keseluruhan. Yadamsuren dan Erdelez (2017) mendefinisikan berita insidental sebagai pengalaman yang baru ketika bertemu berita secara kebetulan sedangkan individu sebenarnya menggunakan internet untuk melakukan aktivitas online yang tidak terkait dengan berita. Penelitian yang hendak dibuat akan menelusuri pengalaman khalayak ketika bermain sosial media sampai dengan mengonsumsi berita insidental tersebut melalui desain arsitektur di Instagram dan Facebook.

Banyaknya informasi di media sosial memungkinkan pengguna mendapatkan informasi yang cukup sehingga tidak perlu lagi mencari

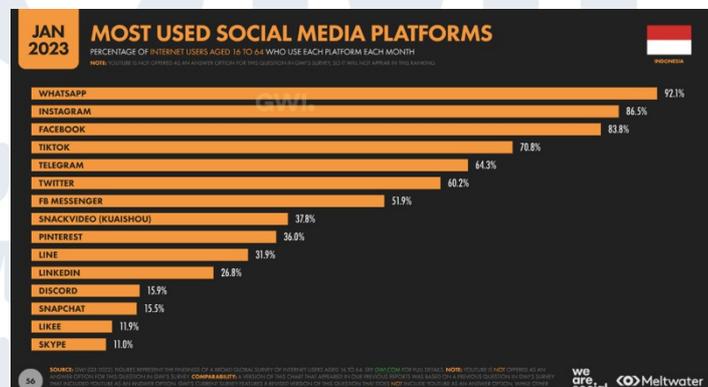
media lain untuk mendapatkan lebih banyak pemberitaan. Selain itu, algoritma pencarian, kecepatan dalam menerima informasi, dan ketersediaan berita 24/7, memberikan informasi media sosial dengan “nilai tinggi” dibandingkan sumber non-digital seperti televisi, radio, dan surat kabar, sehingga media sosial dianggap lebih diinginkan secara fungsional dibandingkan berita tradisional. Lebih lanjut, media sosial sering mengekspos berita tidak disengaja dibandingkan media tradisional, sehingga pengguna tidak perlu beralih ke media lain untuk menemukan peristiwa terkini (Stassen, 2010). Penelitian mengenai bagaimana paparan berita melalui media sosial mempengaruhi konsumsi berita memberi hasil bahwa semakin sering individu terpapar berita di media sosial, semakin kecil kemungkinan mereka mencari berita dari media tradisional dan media online (Park & Kaye, 2019).

Adapula penelitian mengenai konsumsi berita insidental di media sosial oleh kalangan anak muda oleh Boczkowski, Eugenia Mitchelstein, dan Mora Mattasi (2018). Penelitian ini melihat bagaimana konsumsi berita secara insidental dilakukan melalui perilaku sehari-hari pengguna. Penelitian ini menyarankan untuk menggunakan hasil penelitiannya dalam pemahaman praktik konsumsi sehari-hari untuk penelitian kedepannya. Maka dari itu, penelitian yang dibuat akan memperkaya praktik konsumsi sehari-hari dengan melihat pola konsumsi berita insidental melalui arsitektur digital di media sosial Instagram dan Facebook.

Arsitektur digital menelusuri bagaimana sebuah fitur desain secara

spesifik di suatu platform, memengaruhi praktik komunikasi tertentu. Dalam artian lain, perilaku pengguna berupa komunikasi dan penerimaan berita di ruang virtual (media sosial) dibentuk dan dibatasi oleh arsitektur digital (Bossetta, 2018). Bossetta (2018), mengemukakan terdapat empat landasan arsitektur digital di media sosial, meliputi struktur jaringan, fungsionalitas, penyaringan algoritma, dan datafikasi. Studi ini hanya menjelaskan perbandingan media sosial dalam konteks kampanye politik melalui arsitektur digital media sosial. Maka dari itu, berdasarkan limitasi serta saran penelitian dari studi ini, desain arsitektur dari Facebook dan Instagram akan diterapkan pada pemberitaan jurnalistik di kedua platform tersebut.

Berbicara mengenai media sosial, data *We Are Social* per-Januari 2023, menunjukkan bahwa WhatsApp menduduki peringkat pertama dalam kategori media sosial yang paling banyak digunakan per-bulannya di Indonesia. Kedudukan ini diikuti oleh Instagram dan Facebook di peringkat kedua dan ketiga. Dilanjudi dengan TikTok dan Telegram di peringkat keempat dan kelima (Social, 2023).



Gambar 1.1 Peringkat Media Sosial

Sumber: We Are Social 2023

WhatsApp digunakan khalayak untuk berkomunikasi secara pribadi antar dua orang melalui pesan, panggilan suara dan video, bertukar gambar maupun video secara pribadi, berbagi lokasi (WhatsApp, 2021). Oleh karena itu, media sosial ini tidak cocok jika dikaitkan dengan penerimaan berita insidental di platform ini. Di sisi lain, TikTok merupakan aplikasi yang baru diperkenalkan pada tahun 2016 (Katadata, 2023). Oleh karena itu, sedikit penelitian yang membahas mengenai arsitektur digital media sosial ini.

Studi mengenai Telegram yang dilakukan oleh Pew Reserch Center pada bulan Oktober 2022, mendapatkan bahwa media sosial ini tidak memiliki feed gabungan seperti Instagram dan Facebook melainkan pengguna harus bergabung dengan saluran dan grup individual untuk melihat konten di sana (Liedke & Stocking, 2022). Dalam artian, khalayak telegram akan bersikap aktif dalam mencari Informasi dengan mengikuti sebuah saluran untuk mendapatkan informasi.

Arsitektur digital Instagram dan Facebook akan menjadi dua platform media sosial yang digunakan untuk melihat pola konsumsi berita insidental. Hal ini dikarenakan Facebook memiliki *news feed* umpan siaran dimana memberikan pengguna konten yang difilter secara algoritmik oleh teman sebaya, pengiklan, dan sumber lain yang muncul akibat algoritma. Di sisi lain, Instagram memiliki dua umpan siaran meliputi *news feed* dan *explore* fitur jelajahi (Bossetta, 2018). Terdapat 2

bentuk utama dari sumber berita algoritma meliputi, algoritma berbasis pengguna (berdasarkan pelacakan pengguna/ user-tracking algorithm) dan algoritma berbasis sosial (berdasarkan filter rekan atau teman/ peer-filtering algorithm) (Feezell et al., 2021; Thurman et al., 2019). Algoritma berbasis pengguna bisa terlihat pada *explore* dan *reels* di Instagram sedangkan algoritma berbasis sosial terlihat pada umpan siaran di Instagram dan Twitter (Zúñiga, Cheng, & Gonzalez, 2022).

Berdasarkan pengguna, Instagram mengalami kenaikan pengguna di kalangan remaja (13-17 tahun) sebesar 10 persen (Vogels, Warnick, & Massarat, 2022). Instagram memiliki 31 persen pengguna aktif di kalangan umur 18 sampai 24 per Januari 2023. Lebih lanjut, Instagram juga saluran periklanan yang sangat berpengaruh di kalangan pengguna Generasi Z. (Statista, 2023). Berdasarkan data *we are social* (2023), rata-rata umur yang mengonsumsi Facebook adalah pengguna di rentang usia 16 sampai 64 tahun tiap bulannya di peringkat kedua setelah Instagram. Pada tahun 2021, Facebook termasuk dalam 7 besar negara pengguna Facebook terbanyak di dunia (Aditya, 2022). Data berdasarkan umur pengguna Meta, yang diterbitkan oleh *We Are Social* (2023), jumlah kombinasi pengguna Facebook, Instagram, dan Messenger paling tinggi di umur 18-24 tahun (32%) (Social, 2023). Lebih lanjut, data yang dipaparkan oleh Statista.com, menunjukkan bahwa jumlah pengguna Facebook tertinggi di Indonesia, yaitu 32,6 persen, berada pada usia 18 hingga 24 tahun per September 2023 (Statista H. N., 2023).

Kementerian Dalam Negeri melalui menyatakan bahwa Generasi (Gen Z) merupakan masyarakat yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 atau berusia 10 hingga 24 tahun (DataIndonesia, 2022) Gen Z membuat internet sebagai sumber informasi utama mereka. Hal ini terlihat dari banyaknya akun yang digunakan untuk interaksi dengan sesama (Dabija, Bejan, & Tipi, 2018).

Lebih spesifik, generasi Z yang akan diwawancarai nantinya yang berasal dari provinsi dengan PDRB rendah. Berdasarkan penelitian yang diteliti oleh Straub, Huber, dan Zuniga di tahun 2020, diketahui bahwa negara dengan PDB per kapita yang lebih tinggi menyebabkan berkurangnya penggunaan berita online dan konsumsi internet. Dengan kata lain, negara dengan PDB per kapita yang rendah menyebabkan peningkatan pengkonsumsian berita online (Strauß, Huber, & Zúñiga, 2020).

Jika diurutkan berdasarkan PDB per kapitanya, Indonesia berada di posisi ke-52. Berdasarkan posisi tersebut, populasi penduduknya memiliki tingkat kemakmuran yang rendah dibandingkan negara lainnya (Economy, 2023). Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan perhitungan aktivitas perekonomian nasional untuk mengukur produksi dari suatu wilayah meliputi nilai barang dan jasa baik milik warga negara tersebut maupun negara asing (Kementrian keuangan, 2021). Pertumbuhan PDB per kapita digunakan untuk melihat dampak pertumbuhan ekonomi terhadap kesejahteraan populasi di suatu negara. Salah satu hal yang

mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah sumber daya manusia (SDM). Kualitas tenaga kerja berpengaruh dalam keberhasilan pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang. Jika pekerja terampil dan berpendidikan, kemungkinan besar akan menghasilkan produk yang berkualitas (Nasrudin, 2023).

Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (dukcapil) mencatat hanya 6 persen masyarakat Indonesia yang berpendidikan tinggi. Selain itu, terdapat 23,61 persen setara dengan 65 juta penduduk Indonesia, tidak atau belum sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan di Indonesia masih tergolong rendah (Katadata, Proporsi Penduduk Indonesia menurut Jenjang Pendidikan (Juni 2022) , 2022). Untuk mempersempit pengambilan sampel, penelitian ini akan menggunakan responden dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang tercantum provinsi Nusa Tenggara Timur. NTT diketahui memiliki PDRB per kapita terendah pada 2022 sebesar Rp21,71 juta. Kemakmuran suatu wilayah dihitung berdasarkan pendapatan per kapitanya (Santika, 2023).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Latar belakang di atas, menunjukkan bahwa adanya fenomena paparan berita insidental dimana khalayak mengonsumsi berita secara tidak sengaja di sosial media. Cara mereka mengonsumsi berita insidental dijelaskan menggunakan desain arsitektur di media sosial Instagram dan facebook. Proses ini melibatkan generasi Z yang tinggal di negara dengan PDB rendah yang diketahui banyak mengonsumsi berita di media sosial. Lebih spesifik, generasi Z yang memiliki KTP Nusa Tenggara Timur.

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

1.3.1 Bagaimana perbedaan pola konsumsi berita insidental melalui desain arsitektur di media sosial Instagram dan Facebook di Kalangan Generasi Z Nusa Tenggara Timur

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1.4.1 Untuk mengetahui perbedaan pola konsumsi berita insidental melalui desain arsitektur di media sosial Instagram dan Facebook di Kalangan Generasi Z Nusa Tenggara Timur

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memperlihatkan pandangan baru mengenai pola konsumsi berita insidental melalui desain arsitektur di dua platform yang berbeda.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan tambahan bagi penelitian masa depan yang berkaitan dengan pola konsumsi berita insidental berdasarkan desain arsitektur di media sosial.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dari segi kegunaan sosial, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan mengenai pola konsumsi berita insidental karena fenomena ini dekat dengan pengguna media sosial mana pun.

1.6 KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti hanya berfokus dua media sosial saja yaitu, *Instagram* dan Facebook untuk meneliti pola konsumsi berita berdasarkan konsep dan teori desain arsitektur media sosial berdasarkan Michael Bossetta.

