

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam tulisan ini peneliti akan memaparkan beberapa kajian terdahulu atau penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dan sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian. Penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “Pola Konsumsi Berita Insidental melalui desain arsitektur media sosial Instagram dan Facebook”. Tujuan dari pemaparan penelitian terdahulu berguna untuk membantu menentukan posisi penelitian dan dapat mempermudah konstruksi dari penulisan penelitian baru, serta menjelaskan kebaruan penelitian ini.

2.1.1 The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 US Election

Penelitian kedua ini diteliti oleh Michael Bossetta di tahun 2018. Studi ini bertujuan untuk memahami arsitektur digital pada empat platform media sosial meliputi, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Snapchat*. Facebook, Twitter, dan Instagram termasuk pada situs jejaring sosial, sementara snapchat serta whatsapp merupakan aplikasi seluler eksklusif. Keempat media sosial ini dibandingkan berdasarkan tipologinya (jenis dan kesamaan). Bossetta menggunakan metode studi kasus untuk menjelaskan bagaimana aktor politik menggunakan media sosial

untuk memajukan agenda politik mereka dalam konteks sosial, budaya, atau pemilu tertentu.

Kerangka kerja untuk mengonsepan arsitektur digital berdasarkan tipologi terbagi menjadi 4 bagian yaitu, struktur jaringan, fungsionalitas, pemfilteran algoritmik, dan datafikasi. Terdapat dua tipe data dalam penelitian ini meliputi, wawasan kualitatif dari wawancara dengan tiga ahli strategi digital dan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan arsitektural untuk mengkaji bagaimana sebuah fitur desain spesifik platform mempengaruhi praktik komunikasi tertentu.

Penelitian yang hendak dibuat akan memakai desain arsitektur media sosial Instagram dan Facebook yang didasarkan pada empat aspek arsitektur digital meliputi, struktur jaringan, fungsionalitas, pemfilteran algoritmik, dan datafikasi menggunakan metode studi kasus. Perbedaannya, penulis hanya akan memakai tiga dari empat dimensi aritektur digital yaitu, struktur jaringan, fungsionalitas dan pemfilteran algoritmik. Hal ini dikarenakan datafikasi berguna untuk memaparkan data bagi pembuat konten sedangkan penelitian yang hendak dibuat ingin melihat pola konsumsi berita insidental di media sosial. Studi ini juga hanya menjelaskan perbandingan media sosial dalam konteks kampanye politik. Maka dari itu, desain arsitektur dari facebook

dan Instagram akan diterapkan pada konteks pemberitaan jurnalistik di kedua platform tersebut.

2.1.2 Effects of the news finds me perception on algorithmic news attitudes and social media political homophily

Penelitian ketiga ini diteliti oleh Homero Gil de Zúñiga, Zicheng Cheng, and Pablo Gonzalez di tahun 2022. Pengumpulan data studi ini dilakukan menggunakan survei panel daring yang dilakukan di tahun 2019 oleh masyarakat Amerika Serikat. Studi ini memaparkan bahwa 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). Berita algoritmik mengacu pada newsfeed atau umpan berita yang didasarkan pada informasi demografi pengguna, Riwayat penelusuran, dan pencarian. Lebih lanjut, algoritma berita online biasanya sejalan dengan preferensi pengguna terhadap topik dan isu-isu publik sehingga dapat menyebabkan homogenisasi atau kesamaan dalam berita utama.

Penelitian yang akan dibuat hendak memakai studi ini untuk memberikan gambaran mengenai bentuk berita algoritma. Penelitian Homero Gil de Zúñiga, Zicheng Cheng, and Pablo Gonzalez berbentuk kuantitatif sedangkan penelitian yang akan

dibuat bersifat kualitatif. Penelitian ini juga menyarankan agar studi kualitatif di masa depan mungkin dapat memahami persepsi individu secara lebih mendalam mengenai algoritma pemilihan atau pengonsumsi berita.

2.1.3 *Social network sites and acquiring current affairs knowledge: The impact of Twitter and Facebook usage on learning about the news*

Penelitian keempat yang menjadi referensi, diteliti oleh Mark Boukes di tahun 2019. Penelitian ini menggunakan survei panel tiga gelombang. Responden diambil dari warga negara Belanda yang dikumpulkan oleh lembaga pemungutan suara I&O Research, yang dibuat menggunakan strategi pengambilan sampel acak dari daftar populasi yang mewakili (kota). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah dua jejaring sosial yang paling sering digunakan untuk konsumsi berita (facebook dan twitter) memengaruhi informasi terkini yang diperoleh warga.

Dalam membedakan dua platform jejaring sosial, penelitian ini menggunakan karakteristik jejaring sosial Twitter dan Facebook dari arsitektur platformnya serta jenis penggunaan. Penelitian yang akan dibuat akan menggunakan arsitektur platform Facebook untuk memperkaya hasil penelitian karena penulis hendak melihat pola konsumsi pada platform jejaring sosial facebook dan Instagram melalui desain arsitektur.

Lebih lanjut, studi ini menyelidiki dampak penggunaan situs jejaring sosial terhadap pengetahuan terkini yang diperoleh warga tetapi tidak menggali lebih dalam karakteristik spesifik penggunaan SNS. Maka dari itu, penelitian yang hendak dibuat akan melihat bagaimana pola konsumsi khalayak di jejaring sosial berdasarkan arsitektur platformnya pada media sosial Facebook dan Instagram melalui pengalaman khalayak dalam menggunakan sosial media.

**2.1.4 “News comes across when I’m in a moment of leisure”:
*Understanding the practices of incidental news consumption on social media***

Penelitian terakhir ini dilakukan oleh Pablo J Boczkowski, Eugenia Mitchelstein, dan Mora Matassi. Di tahun 2018. Penelitian ini berfokus pada bagaimana fenomena konsumsi berita secara tidak sengaja di sosial media terjadi. Penelitian ini mengisi kekosongan penelitian sebelumnya yang menyarankan untuk meneliti mengenai bagaimana paparan berita online secara insidental terjadi.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan orang-orang yang berusia 18-29 tahun di mana fenomena yang diteliti paling sering terjadi. Wawancara berlangsung di Argentina antara bulan maret 2016 dan Juli 2017. Cara dalam pengambilan sampelnya adalah setiap akhir wawancara, tiap orang dimintai

rekomendasi nama kenalan mereka dari beragam segi jenis kelamin, kelompok umur, dan pekerjaan.

Penelitian ini menggunakan teori kerja praktik yang memahami “praktik” sebagai rangkaian aktivitas manusia yang dimediasi secara material dan diorganisasikan secara terpusat sebagai pemahaman praktis (Schatzki, 2001: 11). Teori praktik berupaya untuk melihat berbagai aktivitas yang dilakukan orang, ucapan yang diucapkan, dan keyakinan yang mereka miliki terkait konsumsi media (Couldry, 2011). Dalam penelitian ini, mereka menambahkan “texto-material” atau materi teks ke dalam teori praktik untuk memperhitungkan penggunaan teks dan artefak oleh pengguna.

Penelitian ini membuahkan hasil yang menjelaskan terdapat empat sifat praktik konsumsi berita insidental di media sosial oleh anak muda meliputi texto materialitas, temporal spasial, rutinisasi, dan sosialisasi sehari-hari.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| | Jurnal 1 | Jurnal 2 | Jurnal 3 | Jurnal 4 |
|-------|--|---|---|--|
| Judul | <i>Social network sites and acquiring current affairs knowledge: The impact of Twitter and Facebook usage on learning about the news</i> | <i>The Digital Architectures of Social Media: Comparing Political Campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. Election</i> | <i>Effects of the news finds me perception on algorithmic news attitudes and social media political homophily</i> | <i>“News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media</i> |

| | | | | |
|----------------|---|---|---|--|
| Peneliti | Mark Boukes | Michael Bossetta | <u>Homero Gil de Zúñiga</u> , <u>Zicheng Cheng</u> , and Pablo Gonzalez | Pablo J Boczkowski, Eugenia Mitchelstein, and Mora Matassi. |
| Jurnal | <i>Journal Of Information Technology & Politics</i> | <i>Journalism & Mass Communication</i> | <i>Journal of communication</i> | <i>new media & society</i> |
| Tahun | 2019 | 2018 | 2022 | 2018 |
| Metodologi | Penelitian ini menggunakan survei panel tiga gelombang. Responden diambil dari warga negara Belanda yang dikumpulkan oleh lembaga pemungutan suara I&O Research, yang dibuat menggunakan strategi pengambilan sampel acak dari daftar populasi yang mewakili (kota) | Penelitian ini menggunakan metode studi kasus serta mengadakan wawancara semi-terstruktur dengan 3 konsultan digital pada pemilihan presiden AS tahun 2016 (Scott Walker, Rand Paul, Marco Rubio, dan Donald Trump) | Penelitian ini menggunakan survei panel daring yang dilakukan di tahun 2019 kepada masyarakat Amerika Serikat. Survei dilakukan di platform Qualtrics dengan memberikan kuesioner kepada 3.000 anggota. Serangkaian model regresi Ordinary Least Squares (OLS) cross-sectional, lagged, dan autoregressive dilakukan untuk menjawab hipotesis | Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan orang-orang yang berusia 18-29 tahun di mana fenomena yang diteliti paling sering terjadi. Penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling untuk mengumpulkan sampel. |
| Teori & Konsep | <i>Platform architecture, Platform usage, Learning online, dan Social networks</i> | <i>Network structure, Functionality, Algorithmic Filtering, and Datafication</i> | <i>News Find Me, algorithmic news, and political homophily</i> | <i>Incidental news consumption, and practice theory</i> |
| Hasil | -Penggunaan twitter berkorelasi positif dengan pengetahuan terkini | Penelitian ini berpendapat bahwa empat aspek arsitektur digital (struktur jaringan, | Hasil penelitian menunjukkan bahwa NFM secara langsung dan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 karakteristik atau sifat konsumsi berita |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| | <p>sedangkan facebook memiliki hubungan negatif dengan pengetahuan tentang peristiwa terkini.</p> <p>-penggunaan twitter yang lebih sering membuat adanya peningkatan pengetahuan dari waktu ke waktu. Sebaliknya, semakin sering orang menggunakan facebook, perolehan pengetahuan terkini semakin melambat.</p> <p>-Pengaruh interaksi antara waktu, penggunaan twitter, dan kepentingan politik tidak signifikan. Dalam artian, antara masyarakat yang berminat atau tidak berminat terhadap politik, memiliki perolehan jumlah pengetahuan yang tidak jauh berbeda.</p> <p>-Pengaruh interaksi tiga arah antara waktu, penggunaan facebook, dan</p> | <p>fungsionalitas, pemfilteran algoritmik, dan datafikasi) suatu platform memengaruhi komunikasi politik di media sosial. Keempat elemen infrastruktur desain platform ini mempengaruhi keputusan yang diambil oleh kampanye politik dalam hal khalayak yang ingin dijangkau, bentuk dan isi pesan yang dihasilkan, pola penyebaran pesan-pesan tersebut, dan bagaimana sumber daya keuangan dialokasikan untuk kampanye digital di media sosial.</p> | <p>positif memprediksi sikap positif masyarakat terhadap kurasi berita editorial algoritmik. Persepsi tersebut terletak pada tiga sub-dimensi NFM meliputi, persepsi memiliki banyak informasi, tidak aktif mencari berita, dan ketergantungan pada teman sebaya (Song et al., 2020).</p> | <p>insidental yaitu texto-material, temporal spasial, rutinisasi, dan sosialisasi sehari ini.</p> |
|--|---|---|---|---|

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | <p>kepentingan politik adalah signifikan. Dalam artian, perolehan pengetahuan dari waktu ke waktu dipengaruhi oleh penggunaan facebook yang memiliki kepentingan politik tinggi dan rendah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Khalayak yang memiliki kepentingan politik tinggi, akan memperoleh pengetahuan mengenai isu-isu terkini terlepas dari seberapa sering mereka menggunakan facebook • Sebaliknya, khalayak yang memiliki minat politik rendah akan | | | |
|--|---|--|--|--|

| | | | | |
|-----------|--|---|---|---|
| | <p>belajar lebih banyak / mencari tentang isu-isu terkini jika mereka lebih jarang menggunakan facebook.</p> | | | |
| Persamaan | <p>Penelitian yang akan dibuat hendak melihat perbedaan platform jejaring sosial (facebook dan Instagram) melalui desain arsitektur masing-masing platform</p> | <p>Penelitian yang dibuat akan memakai desain arsitektur media sosial Instagram dan Facebook yang didasarkan pada empat aspek arsitektur digital meliputi, struktur jaringan, fungsionalitas, pemfilteran algoritmik, dan datafikasi. Lebih lanjut penelitian yang akan dibuat hendak memakai metode studi kasus.</p> | <p>Penelitian yang akan dibuat hendak memakai studi ini untuk memberikan gambaran mengenai berita algoritma.</p> | <p>Penelitian yang akan dibuat hendak menggunakan empat sifat di atas sebagai konsep dasar dalam pembahasan pola konsumsi berita insidental di media sosial Instagram dan Facebook berdasarkan desain arsitektur.</p> |
| Perbedaan | <p>Studi ini menyelidiki dampak penggunaan situs jejaring sosial terhadap pengetahuan terkini yang diperoleh warga tetapi tidak</p> | <p>Studi ini hanya menjelaskan perbandingan media sosial dalam konteks kampanye politik. Maka dari itu, desain arsitektur dari facebook dan Instagram akan</p> | <p>Penelitian ini bersifat kuantitatif, sedangkan penelitian yang akan dibuat bersifat kualitatif. Lebih lanjut, penelitian ini</p> | <p>Penelitian ini hanya memaparkan praktik konsumsi berita di media sosial secara general. Maka dari itu, penelitian yang dibuat hendak</p> |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | menggali lebih dalam karakteristik spesifik penggunaan SNS. Maka dari itu, penelitian yang hendak dibuat akan Melihat bagaimana pola konsumsi berita khalayak media sosial Facebook dan Instagram | diterapkan pada konteks pemberitaan jurnalistik di kedua platform tersebut. Lebih lanjut, desain arsitektur yang dipakai hanya struktur jaringan, fungsionalitas dan pemfilteran algoritmik. | menyarankan agar studi kualitatif di masa depan mungkin dapat memahami persepsi individu secara lebih mendalam mengenai algoritma pemilihan atau pengonsumsian berita. | memperkaya hasil penelitian praktik konsumsi sehari-hari dengan melihat pola konsumsi berita insidental melalui arsitektur digital di media sosial Instagram dan Facebook. Penelitian ini juga menyarankan untuk menggunakan hasil penelitiannya dalam pemahaman praktik konsumsi sehari-hari secara spesifik untuk penelitian kedepannya. |
|--|---|--|--|--|

Sumber: (Data olahan penelitian, 2023)

2.1 TEORI DAN KONSEP .

2.2.1 Desain Arsitektur Media Sosial

Penelitian ini akan menggunakan definisi arsitektur digital yang dikemukakan oleh Bosetta (2018). Arsitektur digital menurut Bossetta (2018) menelusuri bagaimana sebuah fitur desain suatu platform memengaruhi praktik komunikasi tertentu. Pengertian ini dibangun dari konsep keterjangkauan atau *affordance* yang didefinisikan sebagai “apa yang sebenarnya mampu dilakukan oleh platform, persepsi apa yang dibangun oleh platform tersebut, dan perilaku yang muncul saat orang berinteraksi dengan media sosial

oleh Kreiss, Lawrence, dan McGregor (2017).

Terdapat empat konsep arsitektur digital meliputi struktur jaringan, fungsionalitas, pemfilteran algoritmik, dan datafikasi. Penelitian yang hendak dibuat akan menggunakan tiga dari empat konsep yang tersedia, meliputi:

1. Struktur Jaringan

Struktur jaringan platform media sosial mengacu pada kriteria yang mengatur hubungan antar akun. Media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berinteraksi dengan rekan-rekannya. Salah satu hal yang memengaruhi koneksi pengguna adalah konektivitas. Konsep ini mengacu bagaimana koneksi antar akun dimulai dan dibangun agar terjadinya komunikasi antar pengguna. Jenis komunikasi yang terjadi di Instagram dan Facebook cenderung sama yaitu bersifat dua arah dan formal. Perbedaannya adalah komunikasi di Facebook berlangsung lebih intens antar khalayak yang dekat karena pada dasarnya platform ini merupakan media untuk melakukan komunikasi pribadi dua arah (Yoo & Gil de Zúñiga, 2014) secara tertutup tentang berbagai topik yang

berbeda dari isu terkini. Aspek terakhir yang ada dalam struktur jaringan adalah kemampuan pencarian, bagaimana pengguna bisa sampai berlangganan atau mengikuti suatu akun di media sosial.

2. Fungsionalitas

Konsep pertama ini mengatur bagaimana konten diakses dan didistribusikan ke seluruh platform. Elemen pertama yang dipakai pada konsep fungsionalitas adalah tata letak antarmuka pengguna grafis/ *graphics user interfaces* (GUI).

GUI dalam hal ini berguna untuk menentukan tampilan halaman beranda media sosial. Elemen kedua fungsionalitas adalah umpan siaran (*broadcast feed*). Elemen umpan siaran ini berkaitan dengan GUI yang berfungsi untuk mengumpulkan, memberi *rating*, dan melihat konten pada platform yang berbeda, seperti, *news*

feed, jenis akun apa yang ada pada *feed*, dan bagaimana konten pada *feed* tersebut diakses.

Elemen ketiga atau terakhir adalah media yang didukung atau *supported media*. elemen ini

mengacu pada format multimedia yang didukung platform secara teknis seperti teks, gambar video, dan GIF, serta batas karakter teks atau panjang video. Berikut hasil penelitian perbandingan Instagram dan Facebook yang didasarkan pada konsep fungsionalitas.

| Fungsionalitas | Facebook | Instagram |
|--|--|--|
| <i>Graphics User Interfaces</i> dan Umpan Siaran | Memiliki satu umpan siaran/ <i>broadcast feed</i> (news feed) yang berguna untuk memberikan pengguna, konten yang difilter secara algoritmik oleh pihak teman, <i>subscribed pages</i> , pengiklan, dan sumber lain yang muncul akibat algoritma | memiliki dua umpan siaran dimana satu untuk orang yang kita <i>follow</i> (dan pengiklan) dan satu lagi ada fitur “jelajahi” atau <i>explore</i> yang memberikan saran konten kepada pengguna. |
| Multimedia | <ul style="list-style-type: none"> a) Teks: 63.206 karakter b) Video: 45 menit c) Teks ditampilkan di <i>timeline</i> pengguna hanya beberapa baris pertama (sekitar 400 karakter) sisanya terpotong. | <ul style="list-style-type: none"> a) Teks: 2.200 karakter b) Video: 30-60 detik |

Tabel 2.2 Perbandingan Instagram dan Facebook

Sumber: olahan data penulis

Ketiga komponen di atas bisa memunculkan dan mempengaruhi publik terhadap cara seseorang

berperilaku.

3. Pemfilteran algoritmik.

Pemfilteran algoritmik mengacu pada bagaimana pencipta platform memprioritaskan pemilihan, urutan, dan kejelasan unggahan (Bucher, 2012). Pemfilteran ini juga menentukan konten apa yang disajikan oleh platform sosial media, dimana pada akhirnya bisa membentuk suatu persepsi mengenai budaya, berita, dan politik (Beer, 2009).

Algoritma yang disajikan dalam “feed” Instagram lebih mengutamakan kronologi dari pada relevansi. Dalam artian, informasi atau unggahan terbaru dari “following” atau akun yang sudah dia ikuti akan ditampilkan terlebih dahulu.

Sebaliknya, algoritma yang disajikan dalam “feed” Facebook lebih mengutamakan relevansi dibandingkan kronologi. Hal ini berarti algoritma pada platform Facebook memiliki kecenderungan kuat untuk memprioritaskan pesan pribadi teman dan keluarga. Khalayak di Facebook biasa hanya melihat sedikit berita di *feed* facebook mereka.

Pesan keluarga dan teman jauh lebih banyak

ditampilkan pada laman utama mereka (Newman dkk., 2017).

2.2.2 Konsumsi berita paparan berita insidental

Paparan berita insidental di media sosial merupakan bentuk pencarian informasi yang mirip dengan ritual menonton televisi di mana pengguna media sosial tidak mengambil tindakan sadar untuk menemukan informasi tertentu, melainkan 'secara ritual' terhubung ke situs sosial. Kebiasaan yang terbentuk tanpa niatan apapun akan membentuk informasi yang menarik (Ahmadi & Wohn, 2018).

Sekalipun pengguna mencari konten hiburan, mereka mungkin tidak sengaja menemukan ringkasan laporan berita buatan pengguna lain yang berisi tautan ke berita asli yang dicetak atau disiarkan, atau melihat judul atau beberapa detik dari video yang diputar otomatis. Selain itu, eksposur berita insidental juga didorong oleh aktivitas “menyukai” dan komentar pada laporan yang dibagikan oleh teman dan pengguna lain (Yamamoto & Morey, 2019)

Paparan insidental juga bisa berasal dari temuan di *feed* berita atau *news feed* yang diisi dengan informasi yang dikirimkan kepada mereka oleh algoritma digital. Informasi

yang diterima ini berdasarkan aktivitas online yang mereka lakukan di media sosial seperti “likes” dan “dislikes” pada suatu *postingan* (Powers, 2017). Tombol “suka” atau like di media sosial, memfasilitasi dan menyederhanakan rekomendasi oleh algoritma serta penyebaran konten berita di kalangan pengguna. Hal ini menyebabkan peningkatan paparan yang tidak disengaja di media sosial. Semakin pasif pengguna dalam menerima konten, semakin kuat peran algoritma dalam menentukan berita apa yang mereka temukan. Singkatnya, pengguna media sosial sering kali dihadapkan pada berita-berita yang tidak mereka cari, tidak mereka minati, dan tidak mereka setuju.

Terdapat empat sifat konsumsi berita insidental di media sosial berdasarkan praktiknya dalam kehidupan sehari-hari. **Pertama, rutinitas.** Berita dikonsumsi secara rutin sebagai produk sampingan dari aktivitas penggunaan platform media sosial di ponsel pintar. Rutinitas ini dilakukan dengan menghabiskan waktu di media sosial untuk mendapatkan konten-konten terbaru dan melihat apa yang diunggah oleh teman sebaya. **Kedua, temporal spasial.** Sifat kedua ini berkaitan dengan waktu dan tempat untuk mengonsumsi berita. Diketahui bahwa Tidak ada waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan berita.

Dalam arti lain, berita bisa ditemukan dimana saja dan kapan saja ketika mengakses media sosial. Konsumsi berita insidental di media sosial juga diandalkan oleh para informan agar mereka tidak usah mengunjungi situs web untuk mendapatkan berita mengenai apa yang sedang terjadi. **Ketiga, sosialisasi sehari-hari.** Hal ini berkaitan dengan praktik membaca dan memfilter berita di media sosial. Teman di media sosial bertindak sebagai filter terpercaya untuk mendapatkan berita. Praktik memfilter ini berkaitan dengan kerugian hierarki dan rekontekstualisasi. Dengan kata lain, berita yang sudah ditentukan oleh platform kalah dengan berita yang dibagikan oleh teman sebaya. Keempat, *Text-to-materiality*. Sifat terakhir ini berkaitan dengan perangkat yang digunakan dalam mengonsumsi berita insidental. Diketahui bahwa dalam kehidupan sehari-hari dan dalam mengonsumsi berita, perangkat elektronik yang sering diakses adalah ponsel, komputer, dan televisi.

Sifat di atas akan menjadi konsep dasar dalam pembahasan pola konsumsi berita insidental di media sosial Instagram dan Facebook berdasarkan desain arsitektur.

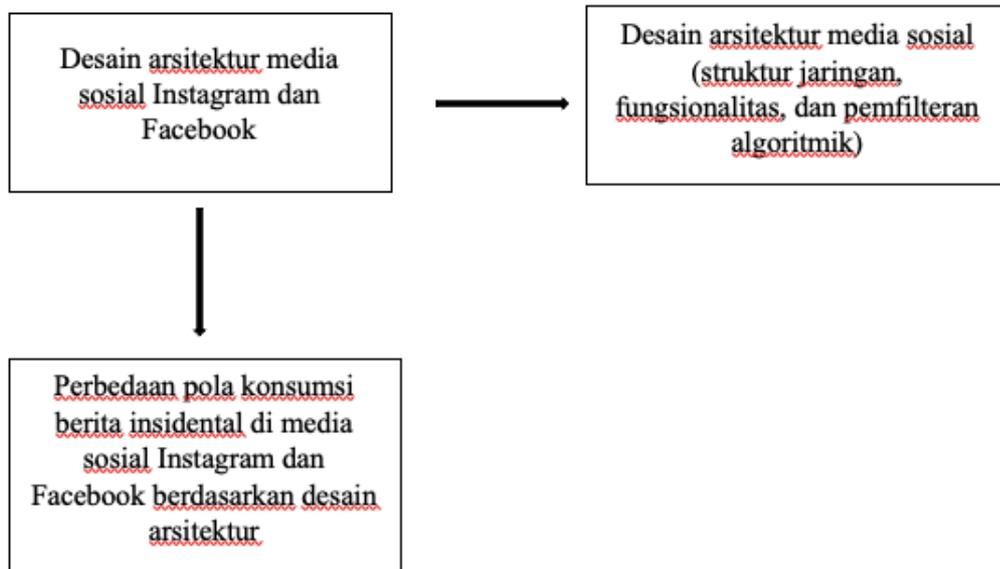
2.2.3 Generasi Z

Generasi Z (Gen Z) merupakan masyarakat yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 atau berusia 10 hingga 24 tahun. Gen Z membuat internet sebagai sumber informasi utama mereka (DataIndonesia, 2022). Biasanya, generasi yang lahir di era perkembangan teknologi, yaitu generasi Z, menggunakan internet untuk mengetahui apa yang sedang terjadi di dunia (Csobanka, 2016).

Hampir 97% kaum muda memakai *smart phone* atau ponsel pintar untuk melihat berita dari media sosial. Berita yang disuguhkan oleh media sosial dipilih karena kemudahan dalam mendapatkannya, banyak jenis berita, adanya kebebasan untuk memilih berita, dan menyuguhkan berita terkini (Martínez-Costa, Serrano-Puche, Portilla, & Sánchez-Blanco, 2019).



2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.2 Alur Penelitian

Sumber: Data olahan penulis, 2023

