

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia telah memiliki konten berita interaktif yang dimiliki oleh *Kompas*. *Kompas* meluncurkan fitur sajian berita berformat visual interaktif bernama Visual Interaktif Kompas (VIK). Upaya tersebut dilahirkan oleh *Kompas* pada 2014 dengan bertujuan untuk mencari bentuk kebaruan dari jurnalisme di era digital. VIK yang dapat diakses melalui *website* menyajikan reportase jurnalisme tidak hanya teks saja, tetapi terdapat unsur multimedia seperti foto, audio, video, grafis, dan lain-lain. Selain itu, terdapat konten berita yang dikemas sedemikian rupa layaknya *news game* dan *news comic* sehingga para pembaca dapat merasakan atmosfer atau terbawa suasana oleh pergerakan visual-visual yang ada, seolah-olah pembaca masuk ke dalam peristiwa berita tersebut.

Saat ini, mayoritas penduduk Indonesia, terutama Generasi Z, cenderung memperoleh informasi dan mengonsumsinya melalui internet. Menurut the Pew Research Center (2019), Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dikenal sebagai generasi yang terbiasa dengan teknologi digital. Mereka cenderung mencari dan membaca berita melalui media online. Perkembangan teknologi telah mengubah karakteristik dari Generasi Z.

News consumption adalah cara individu mengakses, membaca, mendengarkan, atau menonton berita dari berbagai sumber media, termasuk perilaku konsumsi berita, pola konsumsi berita, dan faktor yang mempengaruhinya. Penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi berita (*news consumption patterns*) dipengaruhi oleh teknologi, pilihan, interaksi, algoritma, dan kepercayaan. Pola konsumsi berita juga mencakup jenis berita yang dikonsumsi, sumber berita yang diandalkan, frekuensi konsumsi berita, serta cara individu berinteraksi dengan berita. Penelitian juga menunjukkan bahwa pola konsumsi berita dipengaruhi oleh jenis dan karakteristik media serta karakteristik masyarakat itu sendiri.

Pada 2018, Pew Research melakukan survei terhadap Generasi Z Amerika dan mendapati bahwa 95 persen dari remaja dengan rentang usia 13 sampai 17 tahun

memiliki telepon seluler, dan 97 persen diantaranya memiliki paling tidak tujuh *platform online* ternama. Selain medium digital berbasis internet, Generasi Z juga masih mengakses media konvensional seperti siaran televisi dan radio, dan pandemi Covid-19 menjadi momentum yang memberi keluasan bagi Generasi Z untuk mengakses berita berbasis digital (Asmarantika, et al., 2022). Dibandingkan dengan di Indonesia, Generasi Z di Indonesia masih terbelang minim dalam pola konsumsi berita. Penelitian yang dilakukan di kota Bandar Lampung pada tahun 2020 menemukan bahwa tingkat kesukaan dan penggunaan kelompok *digital natives* atau Generasi Z terhadap teknologi digital, media sosial, dan internet termasuk paling tinggi jika dibandingkan dengan Generasi Milenial (*digital immigrants*) dan Generasi Baby Boomer (*digital settlers*) (Suciska & Gunawibawa, 2020).

Salah satu faktor pemicu adanya perbedaan pada pola konsumsi berita adalah *gender*. *Gender* sendiri merupakan sebuah konstruksi sosial dan budaya yang membedakan perbedaan atribut perempuan dan laki-laki, anak perempuan dan anak laki-laki, dan mengacu pada peran serta tanggung jawab perempuan dan laki-laki. Konsep *gender* mencakup harapan-harapan yang dimiliki mengenai karakteristik, bakat, dan kemungkinan perilaku laki-laki dan perempuan (maskulinitas dan feminitas). Konsep ini berguna dalam menganalisis bagaimana praktik-praktik yang lazim dilakukan bersama melegitimasi kesenjangan antar jenis kelamin (UNICEF, 2017). Dapat disimpulkan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki pilihan sendiri dalam mengonsumsi berita yang mereka inginkan.

Gender disini lebih mengacu pada perbedaan karakter yang terdapat pada laki-laki dan perempuan berdasarkan sudut pandang sosial dan budaya, yang berkaitan dengan sifat, status, posisi dan perannya dalam masyarakat serta terjadinya perbedaan terhadap *gender* yang dipengaruhi secara sosial dan kultural. Misalnya, perempuan akan dianggap lembut, memiliki sifat keibuan, dan memiliki sifat emosional yang tinggi. Sementara laki-laki akan dianggap kuat, perkasa dan lain-lain. Sifat tersebut bukan kodrat karena bisa saja berubah dan dipertukarkan antara manusia tergantung waktu, budaya dan lingkungan. Disisi lain, *gender* dapat mengarah pada bentuk perilaku antara laki-laki dan perempuan yang dapat mengakibatkan keduanya dipandang berbeda. Sebagai contoh, bagaimana mereka berbicara, berpenampilan, maupun dalam bentuk pekerjaan yang mereka lakukan

(Sa'adah Junius, 2017).

Riset lain menemukan bahwa terdapat perbedaan *gender* dalam konsumsi membaca, terutama dalam membaca berita. Perempuan cenderung lebih merasa lelah dengan berita dibandingkan dengan laki-laki, dengan persentase 71% untuk perempuan dan persentase 64% untuk laki-laki (Gottfried dalam Natasya & Setianto, 2021). Beberapa penyebab terjadinya perbedaan *gender* dalam mengonsumsi berita menurut penelitian Christine Benesch pada 2012 diantaranya, terdapat perbedaan karakteristik sosio-demografis secara umum seperti usia, ras, pendidikan, pendapatan, status pernikahan, status tenaga kerja. Terdapat perbedaan *gender* dalam mengonsumsi media di antara subkelompok populasi, misalnya, di antara kelompok yang berpendidikan tinggi atau kaum muda.

Meski demikian Christine Benesch mengatakan perbedaan *gender* khususnya dalam konsumsi berita *online* yang tertinggi ada pada generasi muda karena generasi tersebut cenderung menggunakan internet. Perbedaan *gender* juga lebih banyak terjadi pada audiens yang sudah menikah dan sudah memiliki anak. Kelompok audiens yang sudah berpisah, bercerai, atau menjanda, secara statistik justru tidak ditemukan perbedaan *gender* signifikan (Christine Benesch, 2012).

Hal tersebut membuktikan bahwa ada keterkaitan antara perbedaan *gender* dengan kehidupan masing-masing audiens. Tingkat membaca berita perempuan cenderung lebih rendah dibandingkan laki-laki. Meskipun analisis sebelumnya tidak dapat mengidentifikasi akar penyebab rendahnya konsumsi berita oleh perempuan, analisis juga menunjukkan bahwa perbedaan *gender* dalam mengonsumsi berita sangat besar di antara para audiens pekerja yang memiliki anak (Christine Benesch, 2012). Limitasi dalam penelitian ini, hanya Christine Benesch merupakan peneliti yang menggarap konsumsi berita terakhir di tahun 2012 karena penelitian tentang konsumsi berita belum banyak yang neliti, terlebih penelitiannya berfokus pada perbedaan *gender* sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil banyak patokan literatur terdahulu dari Christine Benesch.

Penelitian terbaru di tahun 2018 menemukan bahwa ternyata persepsi berita hanya diperuntukan hanya untuk laki-laki itu berangkat dari penelitian yang digarap oleh Benjamin Toff dan Ruth A. Palmer, yang mengungkapkan bahwa banyak perempuan yang ia wawancarai dalam penelitiannya adalah seorang ibu yang rumah

tangga yang berpenghasilan rendah. Hal ini menyatakan bahwa perempuan cenderung lebih rendah dalam membaca. Penelitian yang terbaru justru menunjukkan bahwa tingkat membaca perempuan tidak rendah meskipun mempunyai kondisi kesibukan tertentu. Limitasi dalam penelitian ini, Benjamin Toff dan Ruth A. Palmer tidak menggarap Generasi Z sebagai objek dalam bahan penelitiannya. Maka dari itu, terdapat perbedaan *gender* oleh informan yang ia wawancarai karena informan tersebut sudah memiliki status berkeluarga dan memiliki anak.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh peneliti di atas, peneliti menyimpulkan bahwa penting untuk meneliti perbedaan *gender* dalam konsumsi berita karena Generasi Z di tahun 2023 itu identik dengan banyak keberagaman sehingga penelitian ini tidak dibatasi oleh status menikah atau tidak menikah, tetapi akan menekankan kepada usia Generasi Z itu sendiri. Penelitian ini juga akan menekankan ke *Gender Differences* atau perbedaan *gendernya* saja. Peneliti mengambil berita visual interaktif karena belum banyak yang meneliti media tersebut, terutama yang berfokus pada perbedaan *gender* dalam pola konsumsi berita.

Penelitian ini berfokus pada visual interaktif *Kompas* karena, pengemasan konten beritanya berbeda dengan berita pada umumnya. Hal ini juga berkaitan dengan Generasi Z yang dimana cenderung lebih menyukai berita berbentuk multimedia. Oleh karena itu, peneliti ini ingin mencari tahu bagaimana pola konsumsi berita perempuan dan laki-laki dalam mengonsumsi berita berbasis visual interaktif, dan bagaimana perbedaan *gender* terjadi dalam pola konsumsi berita tersebut. Fokus penelitian ini sendiri adalah perbedaan *gender* dalam pola konsumsi berita yang terjadi antara perempuan dan laki-laki Generasi Z DKI Jakarta pada format berita visual interaktif. Penelitian ini akan menggunakan konten-konten berita yang ada dari *Kompas* VIK agar peneliti dapat mengetahui perbedaan *gender* yang ada terkait pola konsumsi berita visual interaktif *Kompas*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil riset dari penelitian terdahulu sebelumnya bahwa tingkat konsumsi membaca berita di Indonesia masih tergolong rendah karena adanya beberapa faktor antara perempuan dan laki-laki, rumusan yang dapat dibangun oleh peneliti adalah apakah terdapat perbedaan pola konsumsi berita antara perempuan dan

laki-laki terhadap konsumsi berita berformat visual interaktif?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, maka pertanyaan penelitian yang dapat dibangun adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pola konsumsi berita perempuan dalam mengonsumsi berita visual interaktif *Kompas*?
2. Bagaimana pola konsumsi berita laki-laki dalam mengonsumsi berita visual interaktif *Kompas*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah menjawab pertanyaan penelitian sebelumnya, yaitu sebagai berikut.

1. Mengetahui bagaimana pola konsumsi berita perempuan dalam mengonsumsi berita visual interaktif *Kompas*
2. Mengetahui bagaimana pola konsumsi berita laki-laki dalam mengonsumsi berita visual interaktif *Kompas*

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini menghasilkan data yang dapat digunakan oleh para peneliti dan akademisi untuk analisis dan pembuatan teori terkait pola konsumsi berita di kalangan Generasi Z. Penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi penting untuk pengetahuan akademis tentang media dan perbedaan gender. Selain itu, membuka pintu bagi penelitian lebih lanjut dalam memahami bagaimana Generasi Z di Jakarta mengonsumsi berita dalam format visual interaktif dan bagaimana gender mempengaruhi pola konsumsinya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi media dan industri berita, memungkinkan media untuk menyesuaikan konten dan strategi pemasaran mereka sesuai dengan preferensi dan kebutuhan target khalayak Generasi Z. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dalam meningkatkan daya saing dan relevansi industri berita. Kemudian, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk para media berita dalam penyajian berita visual interaktif dan membantu mengidentifikasi area dimana perbedaan gender dalam konsumsi berita perlu disikapi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Temuan dalam penelitian ini tidak dapat diklaim sebagai penelitian yang sempurna. Peneliti menghadapi beberapa kendala sehingga memiliki keterbatasan dalam menjalankan penelitian ini. Beberapa keterbatasan penelitian dijelaskan sebagai berikut.

1. Penelitian ini terfokus pada kalangan Generasi Z di DKI Jakarta sehingga hasilnya mungkin sulit untuk digeneralisasikan ke populasi Generasi Z di wilayah geografis atau konteks budaya yang berbeda.
2. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pola konsumsi berita pada format visual interaktif (*Kompas VIK*). Terdapat berbagai jenis format berita lainnya yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini sehingga hasilnya mungkin tidak mencakup keseluruhan pola konsumsi berita di kalangan Generasi Z.
3. Walaupun penelitian ini menyinggung tentang *Gender Gap*, penelitian ini tetap memfokuskan hanya sebatas di *Gender Differences* atau perbedaan gendernya saja. Penelitian yang dihasilkan tidak sepenuhnya terdapat kesenjangan gender yang signifikan, tetapi cangkupannya hanya di perbedaan gender saja.

4. Setiap individu memiliki preferensi dan karakteristik yang unik. Keterbatasan penelitian dapat mencakup kesulitan dalam menggambarkan seluruh variabilitas individu dalam kelompok Generasi Z, termasuk faktor-faktor seperti latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan minat pribadi.

