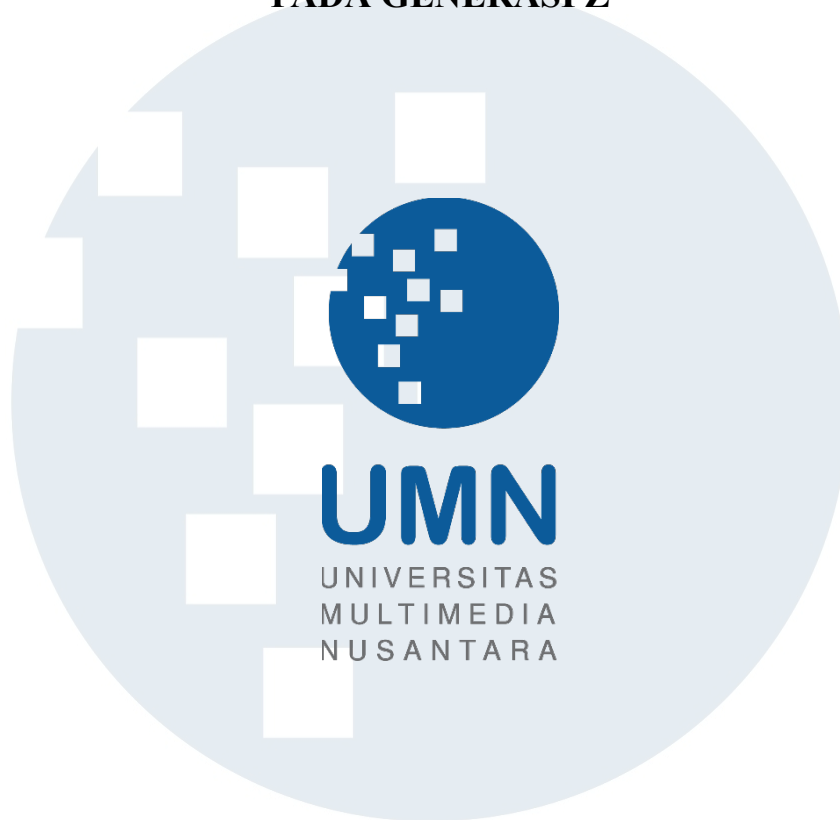


**POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM  
PADA GENERASI Z**



**Vania Augustine Dilia**

**0000039876**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

**POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM  
PADA GENERASI Z**



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Jurnalistik

**Vania Augustine Dilia**

**0000039876**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK**  
**UNIVERSITAS**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vania Augustine Dilia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000039876

Program Studi : Jurnalistik

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

### **POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM PADA GENERASI Z**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Januari 2024



(Vania Augustine Dilia)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

### **POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM PADA GENERASI Z**

Oleh

Nama : Vania Augustine Dilia  
NIM : 00000039876  
Program Studi : Jurnalistik  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 22 Desember 2023

Pembimbing



Albertus Magnus Prestianta,  
S.I.Kom., M.A  
0328108803

Ketua Program Studi Jurnalistik



Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A.

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM PADA GENERASI Z

Oleh

Nama : Vania Augustine Dilia

NIM : 00000039876

Program Studi : Jurnalistik

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Januari 2024

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., PhD  
0309017603

Penguji



Yearry Panji Setianto, S.Sos., M.Si., PhD  
31128202

Pembimbing



Albertus Magnus Prestianta, S.I.Kom., M.A  
0328108803

Ketua Program Studi Jurnalistik



Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A.

iv

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vania Augustine Dilia

NIM : 00000039876

Program Studi : Jurnalistik

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM PADA GENERASI Z**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 22 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Vania Augustine Dilia)

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan seluruh alam. Berkat kemudahan, kelancaran, dan kelapangan jalan yang telah Tuhan berikan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan judul “Pola Konsumsi Berita Insidental Di Instagram Pada Generasi Z ”. Penelitian ini disusun sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam mendapat gelar sarjana ilmu komunikasi. Dalam menyusun penelitian ini, banyak bantuan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M. Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A. selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Albertus Magnus Prestianta, S.I.Kom., M.A sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis, ayah, ibu, dan Vian yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman penulis semasa perkuliahan, Avelyana Purnama dan Firda Makarimah, yang telah memberi semangat dan berjuang bersama menempuh jenjang studi ini.

Karya ilmiah ini diharapkan dapat menambah literatur pembahasan mengenai berita insidental dan memberi kontribusi terhadap kepustakaan ilmu komunikasi terkait konsumsi berita.

Tangerang, November 2023



(Vania Augustine Dilia)

# POLA KONSUMSI BERITA INSIDENTAL DI INSTAGRAM PADA GENERASI Z

(Vania Augustine Dilia)

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi ikut mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan, salah satunya cara memperoleh informasi. Saat ini masyarakat dapat mengonsumsi segala jenis informasi melalui berbagai platform yang tersedia. Tak terkecuali informasi dalam media sosial. Kemudahan akses yang ditawarkan media sosial mendorong khalayak beralih menjadikan platform tersebut sebagai sumber informasi. Namun, banyaknya informasi yang tersedia di media sosial dapat memunculkan fenomena *information overload*, yaitu khalayak menerima informasi secara berlebihan. Tak terkecuali, informasi dalam bentuk berita. Saat mengonsumsi berita di media sosial, khalayak akan bertemu berita yang beragam. Cara khalayak untuk bertemu berita tersebut juga berbeda, yakni bisa secara insidental (tidak sengaja) atau intensional (disengaja). Sejumlah penelitian terdahulu menemukan bahwa khalayak lebih banyak bertemu berita secara insidental di media sosial. Penemuan terdahulu juga memaparkan bahwa saat bertemu berita insidental, khalayak mengalami beberapa tahapan yakni *noticing*, *stopping*, *reading/capturing/sharing*, dan *returning/ wandering off*. Mengacu pada penemuan tersebut peneliti bermaksud untuk mengkaji proses yang dilakukan khalayak saat bertemu berita insidental. Riset menunjukkan Instagram menjadi tiga media sosial teratas yang paling banyak digunakan khalayak. Sementara itu, generasi Z merupakan usia yang mendominasi pengguna Instagram. Untuk itu, penelitian ini dilakukan kepada generasi Z yang merupakan pengguna Instagram. Dengan melakukan wawancara dan *scrollback social media* pada 10 informan, ditemukan bahwa khalayak melakukan tahapan *noticing*, dan tertarik pada judul berita serta beberapa topik yang berkaitan dengan *proximity*, *timeliness*, dan *uniqueness*. Khalayak melakukan *stopping* dan membaca berita karena mereka tidak ingin tertinggal informasi (*fear of missing out*). Pada tahapan *reading*, khalayak memperhatikan elemen visual pada unggahan berita, seperti foto atau video. Pada tahapan *sharing/capturing*, khalayak menyimpan/ membagikan berita beberapa topik yang berkaitan dengan *proximity*, *timeliness*, dan *conflict*. Setelah melewati tiga tahap tersebut, sebagian besar khalayak melakukan *returning*.

**Kata kunci:** Berita Insidental, Pola Konsumsi, Media Sosial



# INCIDENTAL NEWS CONSUMPTION ON INSTAGRAM AMONG GENERATION Z.

(Vania Augustine Dilia)

## ***ABSTRACT (English)***

*The development of technology has indeed influenced various aspects of life, one of which is the way information is obtained. Currently, society can consume all types of information through various available platforms. This includes information in social media. The ease of access offered by social media encourages the audience to switch to making it a source of information. However, the abundance of information available on social media can lead to the phenomenon of information overload, where the audience receives excessive information. This is also true for information in the form of news. When consuming news on social media, the audience encounters a variety of news. The ways in which the audience encounters this news also differ, either incidentally (unintentionally) or intentionally. Several previous studies have found that the audience encounters news more incidentally on social media. Previous findings also describe that when encountering incidental news, the audience goes through several stages, namely noticing, stopping, reading/capturing/sharing, and returning/wandering off. Referring to these findings, the researchers intend to examine the process that the audience goes through when encountering incidental news. Research indicates that Instagram is among the top three most widely used social media platforms by the audience. Meanwhile, Generation Z dominates Instagram users. Therefore, this research is conducted among Generation Z, who are Instagram users. By conducting interviews and social media scrollbacks with 10 informants, it was found that the audience goes through the noticing stage and is interested in news headlines and topics related to proximity, timeliness, and uniqueness. The audience stops and reads the news because they do not want to miss out on information (fear of missing out). In the reading stage, the audience pays attention to visual elements in news posts, such as photos or videos. In the sharing/capturing stage, the audience saves/shares news on topics related to proximity, timeliness, and conflict. After going through these three stages, the majority of the audience goes through the returning stage.*

***Keywords:*** *Incidental news, News consumption, Social Media*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I</b>	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	9
1.6 Keterbatasan Penelitian.....	9
<b>BAB II</b>	
KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	13
2.2.1 Konsumsi berita.....	13
2.2.2 Berita.....	14
2.2.3 Berita Insidental.....	14
2.2.4 Media sosial dan Instagram.....	21
2.2.5 Khalayak.....	22
2.3 Alur Penelitian.....	24
<b>BAB III</b>	
METODOLOGI PENELITIAN.....	25

3.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	25
3.3 Metode Penelitian.....	26
3.4 Informan.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Keabsahan Data.....	32
3.6.1 Uji Credibility.....	32
3.6.2 Uji Transferability.....	33
3.6.3 Uji Dependability.....	33
3.6.4 Uji Confirmability.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Subjek/Objek Penelitian.....	35
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Durasi dan tujuan generasi Z mengakses Instagram.....	38
4.2.2 Konsumsi berita di Instagram oleh generasi Z.....	40
4.2.3 Berita Insidental.....	42
4.2.4 Tahapan Noticing saat bertemu berita insidental.....	47
4.2.5 Tahapan Stopping Saat bertemu berita insidental.....	52
4.2.6 Tahapan Reading/ Capturing/ Sharing Saat bertemu berita insidental.....	56
4.2.7 Tahapan Returning/ Wandering Off Saat bertemu berita insidental.....	70
4.3 Pembahasan.....	70
<b>BAB V</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>78</b>
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Akademis.....	79
5.2.2 Saran Praktis.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Bagan 2.1.....	20
Bagan 2.2.....	24

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 4.1.....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 4.2.....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 4.3.....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4.4.....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4.5.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.6.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4.7.....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 4.8.....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 4.9.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4.10.....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 4.11.....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 4.12.....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar 4.13.....</b>	<b>69</b>
<b>Gambar 4.14.....</b>	<b>69</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**