

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini mencari tahu bagaimana proses konsumsi berita insidental di Instagram pada generasi Z. Diketahui bahwa tujuan generasi Z mengakses Instagram adalah untuk hiburan, berkomunikasi dan mengisi waktu luang, mereka tidak menyebutkan bahwa tujuan mereka menggunakan Instagram adalah untuk mencari berita. Namun, pada kenyataannya mereka sering bertemu berita secara tidak sengaja, baik di fitur Story, Reels, ataupun Explore. Namun, perlu diketahui munculnya berita di umpan media sosial generasi Z tidak terlepas dari aktivitas kurasi diri, sosial ataupun algoritma. Sehingga yang menjadi perdebatan adalah apakah berita tersebut benar-benar insidental atau intensional. Sebab, meski generasi Z dalam penelitian ini mengaku tidak berniat mencari berita saat membuka Instagram tetapi mereka ‘mengatur’ umpan Instagram mereka sehingga berpeluang bertemu berita. Seperti yang dijelaskan dalam pembahasan, bahwa generasi Z melakukan *news-limiting* atau membatasi konten tertentu. Mereka juga melakukan *news-boosting* dengan menyukai konten berita tertentu agar di kemudian hari bertemu berita serupa. Mereka menyadari bahwa aktivitas tersebut dapat membentuk umpan media sosial sesuai yang mereka inginkan. Namun, hasil akhir dari ‘pengaturan’ tersebut bukan merupakan kendali khalayak, sehingga tidak serta merta dapat dikatakan intensional juga.

Sebagaimana yang dipaparkan Yadamsuren dan Erdelez (2016), saat bertemu berita insidental generasi Z mengalami 4 tahapan yang meliputi *noticing*, *stopping*, *reading/ capturing/sharing*, dan *returning/ wandering off*. Seperti yang telah disebutkan pada tahapan *noticing*, generasi Z memperhatikan judul berita. Selain itu pada tahapan *stopping* dan *reading*, generasi Z mengatakan mereka menyukai format berita yang ringkas dan menggunakan bahasa yang tidak baku, misalnya konten berita yang dibagikan media alternatif seperti *Folkative*. Karena tujuan generasi Z menggunakan Instagram adalah untuk hiburan dan mengisi

waktu luang, mereka enggan membaca berita yang terkesan ‘berat’. Pada tahapan *reading*, salah satu informan juga menyebutkan bahwa dirinya tidak mengecek akurasi berita. Diketahui bahwa pemahaman literasi berita informan tersebut kurang, sehingga perlu adanya pemahaman mengenai literasi berita di tingkat pendidikan tertentu, agar khalayak muda tidak mudah menerima *false information*. Pada tahapan *capturing/ sharing* informan menyebutkan mereka akan membagikan/ menyimpan berita yang memiliki topik tertentu seperti *proximity* (secara geografis maupun psikologis), kebaruan (*timeliness*), dan konflik Ketiga topik tersebut merupakan nilai berita, sebagaimana yang dijelaskan Ishwara (2011). Pada tahapan *returning/ wandering off*, ditemukan bahwa sebagian besar informan kembali melanjutkan aktivitas *scrolling* setelah membaca/ membagikan/ menyimpan berita. Hanya dua informan yang mengaku menjelajahi berita lebih lanjut.

Sebagaimana yang telah disebutkan, bahwa khalayak cenderung mencari informasi pada media alternatif di Instagram, tetapi media tersebut diketahui belum terverifikasi Dewan Pers, sehingga diragukan keakuratannya. Selain itu, tidak semua khalayak juga akan memverifikasi (melakukan *double checking*) berita yang tidak sengaja ditemukannya. Hal tersebut yang berpotensi merugikan khalayak, sebab rentan terpapar *false information*. Ditemukan juga bahwa khalayak kerap membagikan berita yang dianggapnya menarik. Namun, jika mereka tidak kritis terhadap berita yang ditemukannya, dan membagikan berita tanpa mengetahui keakuratannya, hal tersebut yang akan merugikan khalayak. Sebab, *false information* akan tersebar dengan mudah dan cepat. Untuk itu, diperlukan literasi berita bagi khalayak, agar banyaknya informasi yang terdapat di media sosial justru dapat memberi dampak positif pada pengetahuan khalayak, bukan malah merugikan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini hanya dilakukan kepada 10 informan di wilayah Jakarta dan Tangerang, sehingga kemungkinan tidak dapat menggeneralisasi generasi Z

seluruhnya. Selain itu, data diambil menggunakan teknik wawancara dan scrollbar social media, sehingga kemungkinan tidak dapat merepresentasikan keseluruhan pola konsumsi berita insidental audiens di Instagram. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode pengumpulan data seperti media diary untuk dapat melihat secara detail perilaku yang dilakukan audiens saat mengonsumsi berita insidental.

Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat fenomena berita insidental dari sudut pandang audiens. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terkait berita insidental dari sudut pandang media (*media studies*) terlebih saat ini konten yang diunggah sudah dapat dilihat *insight*-nya, mulai dari *share*, *save*, hingga *profile visit*.

5.2.2 Saran Praktis

Seperti yang telah disebutkan bahwa pola awal konsumsi berita bagi generasi Z di media sosial terjadi secara insidental. Untuk itu, media dapat memaksimalkan langkahnya untuk menjangkau audiens di media sosial, misalnya dengan menambahkan *hashtag*, atau mengemas berita semenarik mungkin hingga mendapat *engagement* dari khalayak. Selain itu, seperti yang telah dipaparkan, bahwa di media sosial khalayak cenderung menyukai format berita yang ringkas dan menyesuaikan preferensi anak muda, untuk itu media dapat melakukan inovasi penyajian informasi agar konten berita menarik bagi khalayak muda.

