

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemahaman akan krisis iklim didapatkan melalui pemberitaan di media (Feldman, 2016). Media menjadi salah satu wadah untuk masyarakat mengomunikasikan perubahan iklim (Nastiti, 2023). Media berita juga berperan penting dalam memberikan informasi terkait krisis iklim Feldman (2016) dan menciptakan kesadaran masyarakat (Bakaki et al., 2019). Melalui paparan media, masyarakat yang mengonsumsi pemberitaan juga akan mendapatkan persepsi (Xie, 2015). Namun, tidak menutup kemungkinan penggunaan media dari audiens juga berperan untuk menentukan sikap individu terhadap ancaman krisis iklim dan berdampak pada *behavioral intentions* (niat berperilaku) (Arlt et al., 2011).

Masyarakat selaku audiens pada dasarnya membutuhkan informasi dan kerangka berpikir untuk menginterpretasikan dan memahami perubahan iklim, menilai risikonya, juga melakukan strategi tindakan yang bisa dilakukan (Nastiti, 2023). Terlebih lagi, melihat ancaman krisis iklim yang akan berdampak pada setiap aspek kehidupan masyarakat (Arif, 2023), membuat masyarakat perlu memiliki pemahaman mendalam akan isu tersebut. Melihat adanya ancaman krisis iklim yang semakin nyata, sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan penggunaan media dengan niat berperilaku audiens (Arlt et al, 2011; Huang, 2015) dan menghubungkannya dengan krisis iklim.

Konsumsi media berdampak positif dan menjadikan audiens pro-lingkungan (Nastiti, 2023). Dampak positif dari konsumsi media dapat terlihat dari penelitian Arlt et al. (2011), yang menunjukkan penggunaan media, seperti surat kabar, media daring, televisi, dan kesadaran akan masalah iklim memiliki efek kompleks, yakni niat berperilaku audiens terhadap iklim. Hal serupa juga diungkapkan oleh (Huang, 2015), mengenai dampak penggunaan media.

Huang (2015) menunjukkan semakin banyak orang yang membaca atau melihat pemanasan global di media, semakin besar mereka terlibat dalam berbagai jenis kegiatan lingkungan. Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan berita televisi dengan perilaku daur ulang, konservasi energi, kosumerisme hijau, dan advokasi politik yang pro-lingkungan (Arlt et al, 2011; Huang, 2015). Namun di Indonesia, masyarakat memiliki pengetahuan yang rendah mengenai isu krisis iklim berdasarkan survei di tujuh negara Asia (Copsey et al., 2013).

Melalui survei Copsey et al. (2013), penting untuk melihat niat berperilaku masyarakat Indonesia terhadap krisis iklim berdasarkan pola konsumsi media berita. Mengingat masyarakat Indonesia yang tidak memiliki pengetahuan mendalam akan isu krisis iklim. Padahal, ancaman akan krisis iklim banyak diberitakan oleh media. Beberapa tahun terakhir, media memberitakan peningkatan suhu global 1,1 derajat celsius yang berdampak pada iklim (Arif, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengetahui konsumsi media berita daring terkait isu iklim terhadap niat berperilaku gen Z. Pemilihan generasi tersebut didasarkan karena populasi terbesar di Indonesia sebanyak 27.94% adalah generasi Z (Utomo & Heriyanto, 2022). Gen Z juga merupakan generasi yang paling banyak mengakses berita daring berdasarkan data Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Agustina, 2021). Berdasarkan hasil penelitian dikatakan bahwa generasi Z menghabiskan banyak waktu selama 8 jam untuk mengakses media, dengan media sosial sebagai sumber utama untuk mencari informasi atau berita (Asmarantika et al., 2022).

Selain itu, generasi Z sendiri, banyak menggunakan TV konvensional dan platform digital untuk berinteraksi dan mencari isu-isu tertentu (Utomo & Heriyanto, 2022). Melalui penelitian tersebut, dikatakan generasi Z masih mengakses pemberitaan di media dengan didominasi oleh generasi Z dewasa muda (usia 21-24 tahun). Bahkan, mereka juga aktif dalam menyuarakan isu lingkungan atau *pro-climate justice*. Oleh karena itu, penulis memilih generasi Z sebagai subjek penelitian ini.

Ada pun, subjek yang dituju adalah generasi Z yang berada di wilayah Jakarta karena menurut daftar yang disusun oleh Verisk Maplecroft, Jakarta menjadi yang teratas puncak daftar kota rentan krisis iklim (dw.com, 2021). Wilayah Jakarta juga menjadi kota yang rentan krisis iklim karena akumulasi persoalan lingkungan hidup Jakarta (Walhi Jakarta, 2023). Menurut data yang dipaparkan oleh Walhi Jakarta, cuaca ekstrim di Jakarta juga menyebabkan pohon tumbang. Selain itu adanya persoalan banjir atau bajir rob yang terjadi setahun maksimal dua kali mengalami peningkatan.

Ada pun pada penelitian ini, penulis mengadopsi konsep konsumsi media dari Maran & Begotti (2021) dan *pro-environmental behaviour* Huang (2015) juga menggunakan survei sebagai metodologi penelitian atas saran penelitian Arlt et al. (2011). Penelitian ini juga didasarkan atas saran Huang (2015), yang menyarankan penelitian selanjutnya dapat mencakup analisis yang komprehensif mengenai *global warming* di media tradisional dan internet juga melihat hubungannya dengan perilaku audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis hendak mengajukan rumusan masalah “Adakah pengaruh konsumsi media berita terkait iklim terhadap *pro-environmental behaviour* Generasi Z di Jakarta?”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa tinggi tingkat konsumsi media berita terkait isu iklim pada generasi Z di Jakarta?
2. Seberapa tinggi tingkat *pro-environmental behaviour* pada generasi Z di Jakarta?
3. Seberapa besar pengaruh konsumsi media berita terkait iklim terhadap *pro-environmental behaviour* generasi Z di Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat konsumsi media berita daring terkait isu iklim pada generasi Z di Jakarta.

2. Untuk mengetahui tingkat *pro-environmental behaviour* generasi Z di Jakarta.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh konsumsi media berita daring terkait iklim terhadap *pro-environmental behaviour* generasi Z.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk berbagai pihak yang berkepentingan dalam mengukur tingkat konsumsi media berita audiens dan perilaku *pro-environmental* khususnya bagi Generasi Z. Penelitian juga diharapakan bisa menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas terkait tingkat konsumsi media. Terakhir, penelitian juga diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengembangan terkait konsep tingkat konsumsi khalayak pada media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian juga diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada media dan jurnalis terkait pentingnya berita daring terkait iklim yang dapat memengaruhi perilaku *pro-environmental* khalayak. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi media dan jurnalis untuk membuat berita terkait iklim yang mampu memberikan dampak atau ajakan pada khalayak khususnya Generasi Z untuk berperilaku *pro-environmental*. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat membantu media di Indonesia untuk mengeksplorasi isu-isu terkait iklim yang disesuaikan dengan generasi Z.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat sebagai bahan pertimbangan untuk mempelajari dan meningkatkan konsumsi media berita agar mendapatkan wawasan baru terkait isu-isu tertentu. Selain itu, masyarakat selaku konsumen media juga dapat lebih sadar akan pentingnya menangani solusi terkait iklim.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada generasi Z usia 15-24 tahun dan tidak bisa menjangkau berbagai usia. Kemudian, dengan adanya keterbatasan waktu peneliti hanya meneliti generasi z di daerah Jakarta saja. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau berbagai usia dan cakupan daerah yang lebih luas.

