

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Distribusi berita lebih mengejar pada kecepatan dan kuantitas di zaman sekarang. Namun, masyarakat sebenarnya membutuhkan juga berita yang berkualitas dan mendalam. Di era modern yang serba cepat, terdapat media-media yang memproduksi berita dengan menerapkan prinsip *slow journalism*. *Slow journalism* memberi waktu untuk penelitian dan penulisan berita dengan tujuan kualitas (Greenberg, 2012). Maka dari itu, *slow journalism* dipandang sebagai jawaban dari jurnalisme di era yang serba cepat dalam memproduksi berita berkualitas dan mendalam yang diperlukan oleh masyarakat (Podara et al., 2019).

Slow journalism merujuk pada bentuk penceritaan naratif yang spesifik dengan format penulisan yang panjang dengan teknik reportase yang interaktif. Proses penggarapannya memakan waktu yang panjang untuk merefleksikan dan/atau investigasi mengenai sebuah subjek original (Masurier, 2014). Salah satu bentuk media yang menerapkan prinsip *slow journalism* adalah media alternatif.

Media alternatif pertama kali bertumbuh di akhir tahun 1690 (Kidd, 1999). Media alternatif terdiri dari sejumlah jenis media yang berbeda dari media tradisional dan arus utama dalam struktur organisasi maupun editorial. Tidak hanya itu, media alternatif juga memiliki perbedaan dalam norma, nilai-nilai, konten, dan pembaca (Buyens & Aelst, 2021). Menurut Kidd (1999), sering kali media alternatif bukan yang pertama mengangkat sebuah kisah, tetapi mereka biasanya yang pertama memberikan analisis mendalam mengenai cerita tersebut. Maka dari itu, media alternatif menerapkan prinsip *slow journalism* dalam pemberitaannya.

Fuchs (2010) menyebutkan bahwa media alternatif memiliki kemungkinan untuk didefinisikan lebih luas guna mengetahui potensi penyajian berita dan relevansinya di masa kini. Riset terkait media alternatif masih kekurangan sumber daya, kurang terwakili, dan kurang diteliti, bidang yang terabaikan dalam studi komunikasi dan media. Maka dari itu, penelitian ini akan memiliki kebaruan karena

meneliti media alternatif yang terfokus pada konten dengan penerapan *slow journalism*.

Berbicara mengenai pemberitaan di era digital, media sosial kerap kali menjadi bahasan karena perannya sebagai sumber informasi yang banyak digunakan di zaman sekarang. Asmantika dan Evita (2022) menemukan bahwa media sosial merupakan saluran yang paling banyak digunakan oleh Gen Z untuk memperoleh informasi. Sebanyak 71% responden menyatakan bahwa mereka memperoleh informasi melalui media sosial (Asmarantika et al., 2022). Menurut Eddy (2022) dalam Digital News Report 2022, media sosial secara stabil telah menggantikan situs web berita sebagai sumber utama pencarian berita bagi pembaca muda usia 18-24 tahun (Newman et al., 2022).

Gen Z juga disebut-sebut sebagai pembaca utama media di masa kini dan masa depan. Hal ini didukung melalui hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 telah dirilis Badan Pusat Statistik pada akhir Januari 2021. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Gen Z menempati ruang terbesar dalam komposisi penduduk Indonesia sebesar 27,94% (*Hasil Sensus Penduduk 2020*, 2021). Hal ini menandakan bahwa Gen Z memegang peranan penting dan memiliki pengaruh terhadap perkembangan Indonesia kini dan di masa yang akan datang.

Podara, Matsiola, Maniou, dan Kalliris (2019) mendefinisikan generasi muda sebagai kelompok yang terdiri dari orang-orang yang disebut sebagai “penduduk asli” dalam dunia digital (*digital natives*) Di era media digital ini, generasi muda memiliki akses ke dalam area berbasis informasi yang lebih luas sehingga mereka terbiasa dengan proses konsumsi informasi yang baru. Para *digital natives* ini telah menemukan berbagai cara baru untuk melakukan berbagai hal, dimulai dari berkomunikasi ke pencarian informasi Lalu, dari melakukan rapat hingga bermain *games*.

Teknologi digital, dengan batasan dan kebebasan yang dimilikinya, telah mempengaruhi dan tidak hanya membentuk kebiasaan Gen Z secara daring, tetapi juga kehidupan luring serta penggabungan keduanya (Katz et al., 2021). Salah satu karakteristik Gen Z sebagai pembaca media adalah mereka cenderung menyukai konten yang memiliki/mengandung topik-topik yang menarik bagi mereka secara

personal dibandingkan dengan berita-berita umum. Kemudian, mereka tidak mau adanya batasan jarak dan waktu, lebih suka mengonsumsi sesuatu yang mereka inginkan pada waktu yang mereka inginkan juga secara bebas (Podara et al., 2019).

Namun, Podara, Matsiola, Maniou, dan Kalliris menemukan juga bahwa karakter atau kebiasaan satu generasi muda dengan generasi muda lainnya yang lahir pada rentang waktu yang tidak jauh berbeda, dapat memiliki karakteristik yang berbeda. Padahal, dua kelompok tersebut sama-sama terpapar oleh budaya digital (Podara et al., 2019). Hal ini yang membuat penelitian pada mereka menjadi perlu untuk dilakukan.

Sebagai pembaca utama media di masa kini, pola konsumsi berita Gen Z terhadap produk-produk jurnalistik yang inovatif dan memenuhi kebutuhan, seperti berita *slow journalism*, menjadi krusial terhadap masa depan ilmu jurnalisme dan perlu dipelajari lebih lanjut. Dalam hal ini, penelitian akademis mengenai preferensi dan praktik konsumsi berita pada generasi muda sangat penting bagi industri media (Podara et al., 2019).

Berdasarkan temuan-temuan di atas, perlu adanya penelitian yang menggali pola konsumsi Gen Z, sebagai pembaca masa depan, terhadap berita *slow journalism* di media alternatif karena dapat memberi temuan baru mengenai pola konsumsi berita Gen Z sebagai pembaca utama masa kini dan masa depan terhadap produk berita yang dipandang sebagai jawaban pada kebutuhan informasi yang berkualitas dan mendalam. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan temuan menarik karena menyajikan data yang bertolak belakang dengan asumsi masyarakat terhadap Gen Z sebagai orang-orang yang menyukai hal-hal serba cepat dan praktis.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pola konsumsi Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif?

1.3 Pertanyaan Penelitian

- A. Bagaimana motivasi dan pola konsumsi Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif?

- B. Bagaimana persepsi Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif?

1.4 Tujuan Penelitian

- A. Untuk mengetahui motivasi dan pola konsumsi Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif.
- B. Untuk mengetahui persepsi Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang signifikan untuk pengembangan studi terkait *slow journalism* dan media alternatif di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya bahasan teori komunikasi dan media seperti teori *uses and gratification* yang membahas penggunaan media oleh individu dan kelompok. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk membahas penggunaan produk *slow journalism* di media alternatif oleh Gen Z. Kemudian, memperkaya bahasan mengenai konsep sikap pembaca (*audience behaviour*) terutama pada Gen Z di era kontemporer.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Temuan dalam penelitian ini dapat digunakan media untuk menjadi acuan dalam aspek penyajian produk *slow journalism* yang menjadi preferensi Gen Z. Hal ini disebabkan Gen Z menjelaskan tampilan dari segi penggunaan multimedia, penyajian data, panjang tulisan/durasi yang disukai dan nyaman dikonsumsi. Jurnalis juga dapat menggunakan temuan pada penelitian ini untuk membuat liputan berita yang menarik perhatian Gen Z karena ditemukan aspek-aspek pemberitaan yang dinilai berkesan dan bermanfaat bagi mereka.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat membentuk kesadaran bahwa berita panjang dan mendalam masih diperlukan dan bermanfaat bagi pembaca di era kontemporer yang mayoritas mengedepankan kecepatan dan kuantitas. Penelitian ini juga

dapat berguna dalam membuka pandangan masyarakat terhadap kalangan Gen Z sebagai pembaca berita bahwa mereka tidak hanya menyukai berita yang singkat.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Gen Z yang merupakan partisipan dalam penelitian ini berdomisili di wilayah Tangerang. Maka, hasil penelitian ini mungkin akan berbeda jika diujikan pada Gen Z dengan cakupan wilayah lain atau yang lebih luas.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA